Die Relevanz ökonomischer Themen in großen Unternehmen – warum LCC kein Selbstläufer ist

- Die Digitalisierung verändert (fast) alles -

Prof. Dr. Mike Friedrichsen

3. Symposium der Betonschwellenindustrie e.V.
„Lebenszyklus Betonschwelle 2017“

Berlin, den 14. November 2017

Aktuelle Themenrelevanz

Wettbewerb in der digitalen Wirtschaft
Welche Rahmenbedingungen sind auf nationaler und auf europäischer Ebene notwendig, um den Wettbewerb und die Vielfalt in der digitalen Wirtschaft zu sichern? Wo wird konkreter Handlungsbedarf im nationalen bzw. im europäischen Wettbewerbs- bzw. Kartellrecht gesehen?

Digitalisierung und Arbeitsmarkt
Die Oxford-Ökonomen Carl Benedikt Frey und Michael A. Osborne prognostizieren in ihrer Studie „The Future of Employment“ (2013), dass 47 Prozent von 702 in den USA untersuchten Berufsgruppen durch Computer gefährdet sind. Wie sind Wirtschaft und Gesellschaft in ihren Grundzügen künftig zu gestalten, falls diese Prognosen zutreffen?

Aktuelle Themenrelevanz

Datenbasierte Geschäftsmodelle und Datenschutz
Welche Rolle spielen Daten bzw. datenbasierte Geschäftsmodelle aus der unternehmerischen Perspektive? Wie kann die Verknüpfung von „klassischen“ Geschäftsmodellen (Produktion, Verkauf, Dienstleistung) mit datenbasierten Geschäftsmodellen gelingen und welche Chancen bietet eine solche Entwicklung? Wie werden die neuen, internet- bzw. plattformbasierten Geschäftsmodelle bewertet? Welche Herausforderungen, zum Beispiel im Bereich des Datenschutzes, ergeben sich für Anbieter?

Bedeutung und Auswirkung der Share Economy
Wie sind die Potenziale (auch soziale und ökologische) der sog. Share bzw. Sharing Economy grundsätzlich einzuschätzen und welche Auswirkungen werden diese Prozesse auf die digitale Wirtschaft haben? Die Möglichkeiten der Share Economy werden durch Online-Plattformen auf eine neue wirtschaftliche Ebene gehoben – wie kann diese Entwicklung bewertet werden, und welche Regulierungsstrategien sind dafür notwendig?

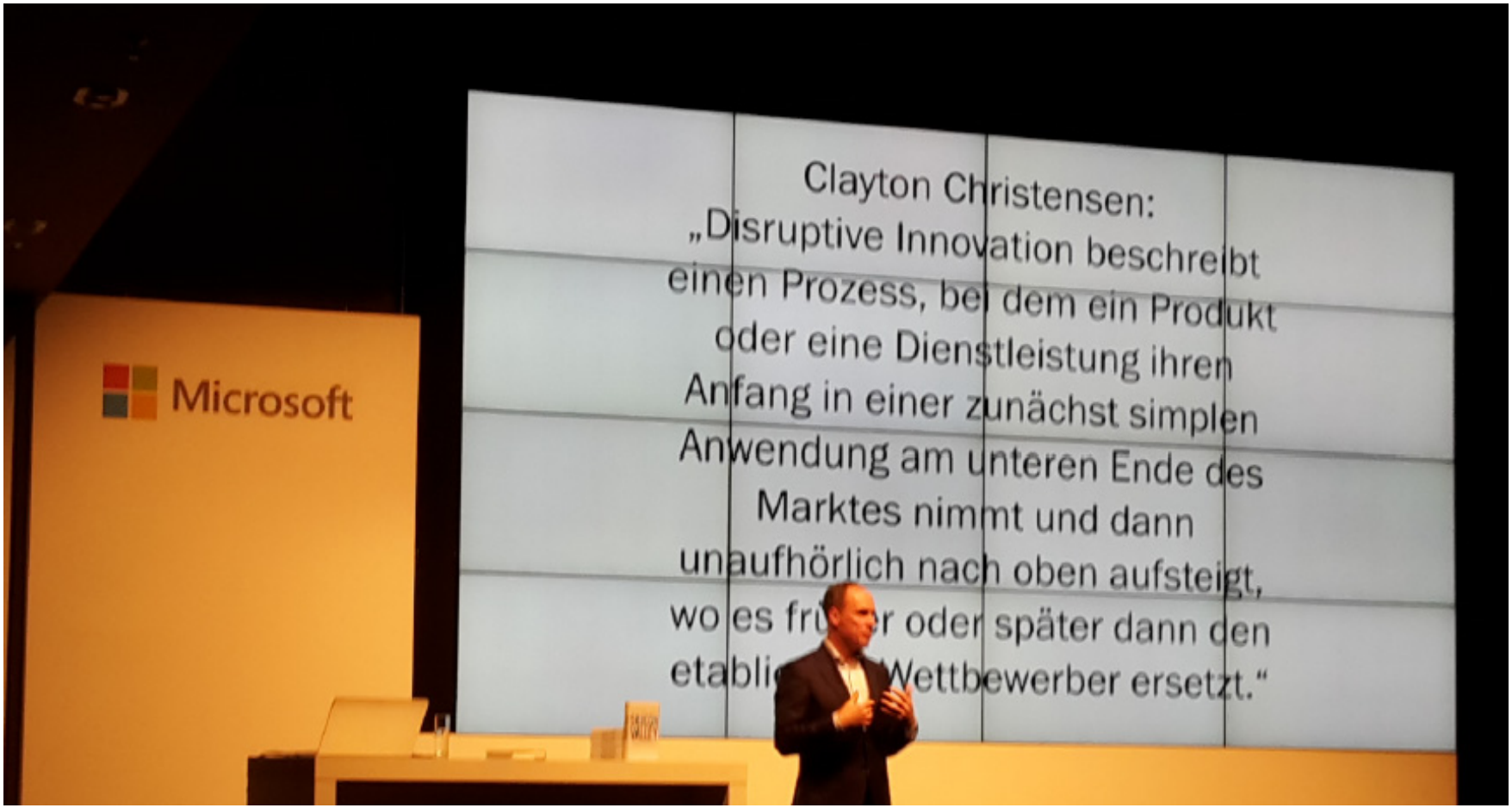
Aktuelle Themenrelevanz

Die Rolle der Unternehmen in einer digitalisierten Welt
Welche Rolle spielen die Unternehmen – zwischen Startups sowie internationalen Plattformen und Großindustrie – im Rahmen der Digitalisierung der Wirtschaft?

Digitalisierung der deutschen Wirtschaft
Welche Segmente, Sektoren und Bereiche der deutschen Wirtschaft sind besonders betroffen durch die Digitalisierung? Wo sind besondere, vor allem internationale Chancen für die Unternehmen zu sehen? Wo sind außergewöhnliche Risiken und wie können diese abgemildert werden?

Digitale Entwicklung und ihre Vorteile
Welche konkreten Chancen eröffnet die Digitalisierung für bereits etablierte Unternehmen? Wie sind die Entwicklungschancen durch Konzepte wie „Industrie 4.0“ und die „Plattformwirtschaft“ für eine An- und Einbindung der produzierenden Industrie in den globalen Wettbewerb? Wie werden die ökologischen Potenziale, zum Beispiel in Form von Energieeffizienz, Materialeinsparung und kürzeren Transportwegen, eingeschätzt, die sich durch die Digitalisierung ergeben?

Definition vom Professor aus USA…



Quelle: Christoph Keese: Silicon Valley. 2014

Wie genau verändert die Digitalisierung den Markt, die Kunden und die Wertschöpfung?

- Der Markteintritt für Start-ups ist heute viel leichter. Denn dank neuer Technologien wie Cloud Computing benötigen sie viel weniger Startkapital. Das verschärft einerseits den globalen Wettbewerb und erhöht andererseits die Innovationsgeschwindigkeit.
- Etablierte Großkonzerne kaufen kleinere Unternehmen auf und erschließen damit neue Märkte.
- Gleichzeitig ändern sich die Kundenbedürfnisse. Das Eigentum an einem Produkt wird zur Nebensache.
- Und letztlich verändert sich die Wertschöpfung: Die Produkte eines Unternehmens werden immer mehr durch mobile Services und das Internet ergänzt.
- Darüber hinaus etablieren sich auch völlig neue Geschäftsmodelle, die vollkommen auf den digitalen Technologien basieren.

Wie weit ist die digitale Transformation aus Ihrer Sicht denn schon fortgeschritten?

Das kommt auf die Branche an. Grundsätzlich lassen sich vier digitale Wellen unterscheiden:

- In der ersten Welle nutzen Unternehmen Online-Kanäle und Online-Werbung, um ihren Absatz zu unterstützen.
- Bei der zweiten Welle rückt der Kunde stärker in den Mittelpunkt: Anhand von Kundendaten analysieren Unternehmen die Bedürfnisse und das Verhalten ihrer Kunden. Dadurch entstehen individualisierte Angebote.
- In Welle drei lässt sich dann schon von einer „Digital Identity“ sprechen: Kunden benennen ihre Bedürfnisse konkret und werden vor allem durch Social Media langfristig eingebunden.
- In der vierten Welle entwickeln sich regelrechte "digitale Ökosysteme": Nicht mehr die Produkte, sondern die Kunden stehen im Mittelpunkt der Unternehmen. Produkte und Dienstleistungen aus unterschiedlichen Branchen werden in einem digitalen Ökosystem durch ein Partner-Netzwerk gebündelt. Maschinenbauer kommen bisher meist nicht über Stufe eins hinaus.

Bedeutet das für Unternehmen, dass sie sich digital neu erfinden müssen?

- Um den Kundenbedürfnissen langfristig gerecht zu werden und den Anschluss an die Wettbewerber nicht zu verpassen, müssen Unternehmen auf die weitreichenden Entwicklungen einer digitalisierten Welt reagieren.
- Nur so können sie im digitalen Zeitalter überleben.
- Für die meisten Unternehmen steht dieser Wandel noch aus.
- Die Herausforderung: Nur selten lassen sich neue, innovative Geschäftsmodelle flexibel und einfach auf das traditionelle Geschäft übertragen.
- Entsprechend hoch ist der Druck, auch klassische Geschäftsmodelle zu hinterfragen, anzupassen und in neue Modelle einzuarbeiten.

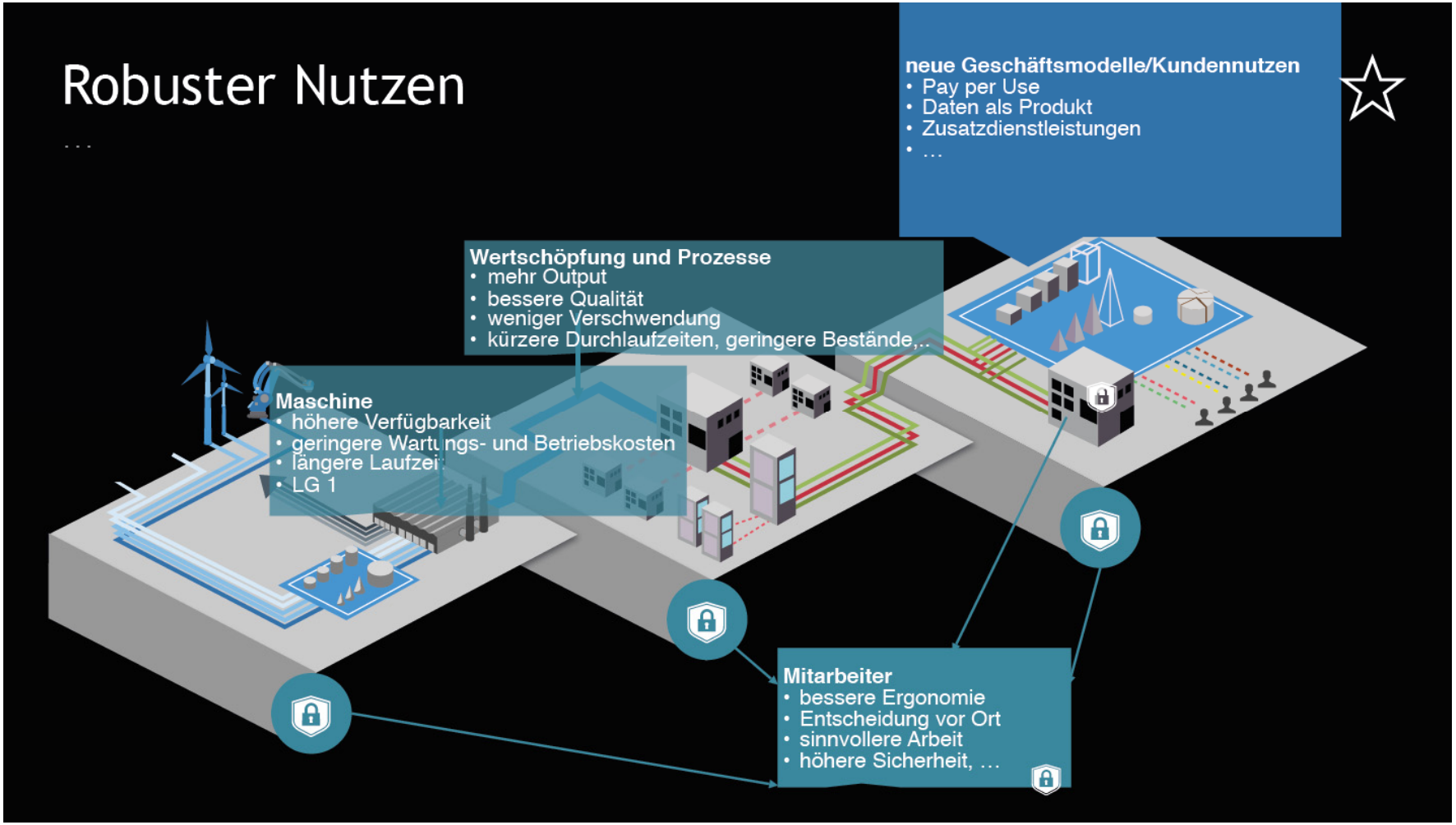
Was ist die Gefahr, wenn Unternehmen diese Entwicklung verschlafen?

- Bereits heute integrieren die führenden innovativen Unternehmen digitale Technologien in ihre bestehenden Geschäftsmodelle.
- Für den Großteil der Unternehmen heißt das: Sie müssen einen schnellen und effizienten Weg finden, sich neu zu justieren und Bestandsmodelle entsprechend digital zu transformieren.
- Die Zeit drängt. Denn IT- und High-Tech Unternehmen fassen immer stärker in traditionellen Märkten und Branchen wie Handel, Telekommunikation, Gesundheits- oder Finanzwesen Fuß.
- Branchengrenzen verschwimmen also immer mehr.
- Es entstehen bislang unbekannte Wettbewerber und Märkte.

Kostenmanagement und Digitalisierung

- Die Diskussion um Industrie 4.0 betrachtet nichts anderes als eine weitergehende Digitalisierung der Informationswege.
- Das verursacht zunächst Liquiditätsabfluss, später auch laufende Kosten.
- Auf der anderen Seite entstehen durch die Digitalisierung der Verbindungen zwischen Kunden und dem Unternehmen, Lieferanten und dem Unternehmen und zwischen vielen Stellen im Unternehmen selbst wesentliche Vorteile.
- Diese lassen sich, wie z. B. die wachsende Flexibilität, nicht immer sofort in Euro darstellen.
- Innerhalb des Kostenmanagements müssen diese qualitativen Vorteile mit Geld bewertet werden.
- Andere Vorteile, wie z. B. Einsparung von Lohnkosten für Disponenten, werden addiert.
- So wird eine Wirtschaftlichkeitsberechnung für den Ausbau der Digitalisierung im Unternehmen möglich.
- Informationen aus dem Kostenmanagement liefern dazu die notwendigen Informationen.

Digitalisierung in der Industrie



Quelle: Dirnberger 2017

Kostenmanagement und Digitalisierung

- Es gibt eine Zeit des Wachstums, der Gewinne und der Prosperität für alle – und es gibt eine Zeit, den Gürtel enger zu schnallen und Kosten zu senken. So das traditionelle Denken in vielen Unternehmen.
- Aber diese Zeiten sind passé – diese Unterscheidung gilt nicht mehr. Zunehmende Globalisierung in unsicheren politischen Zeiten, die fortschreitende Digitalisierung und immer kürzere Zyklen in den einzelnen Branchen führen dazu, dass Kostensenkung und Wachstum sich nicht mehr ausschließen werden und auch nicht ausschließen dürfen.
- Jede Chance für mehr Produktivität und Kostenoptimierung muss genutzt werden - und um diese verträglich aufzufangen, idealerweise durch Umsatzsteigerungen kompensiert werden.
- Die Vorbereitungszeiten für klassische Kostensenkungsprogramme dauern heute angesichts der schnellen Veränderungen im Unternehmensumfeld eindeutig zu lange.
- Kostenmanagement 4.0 heißt Produktivitäts- und Umsatzsteigerung in einem Zug!

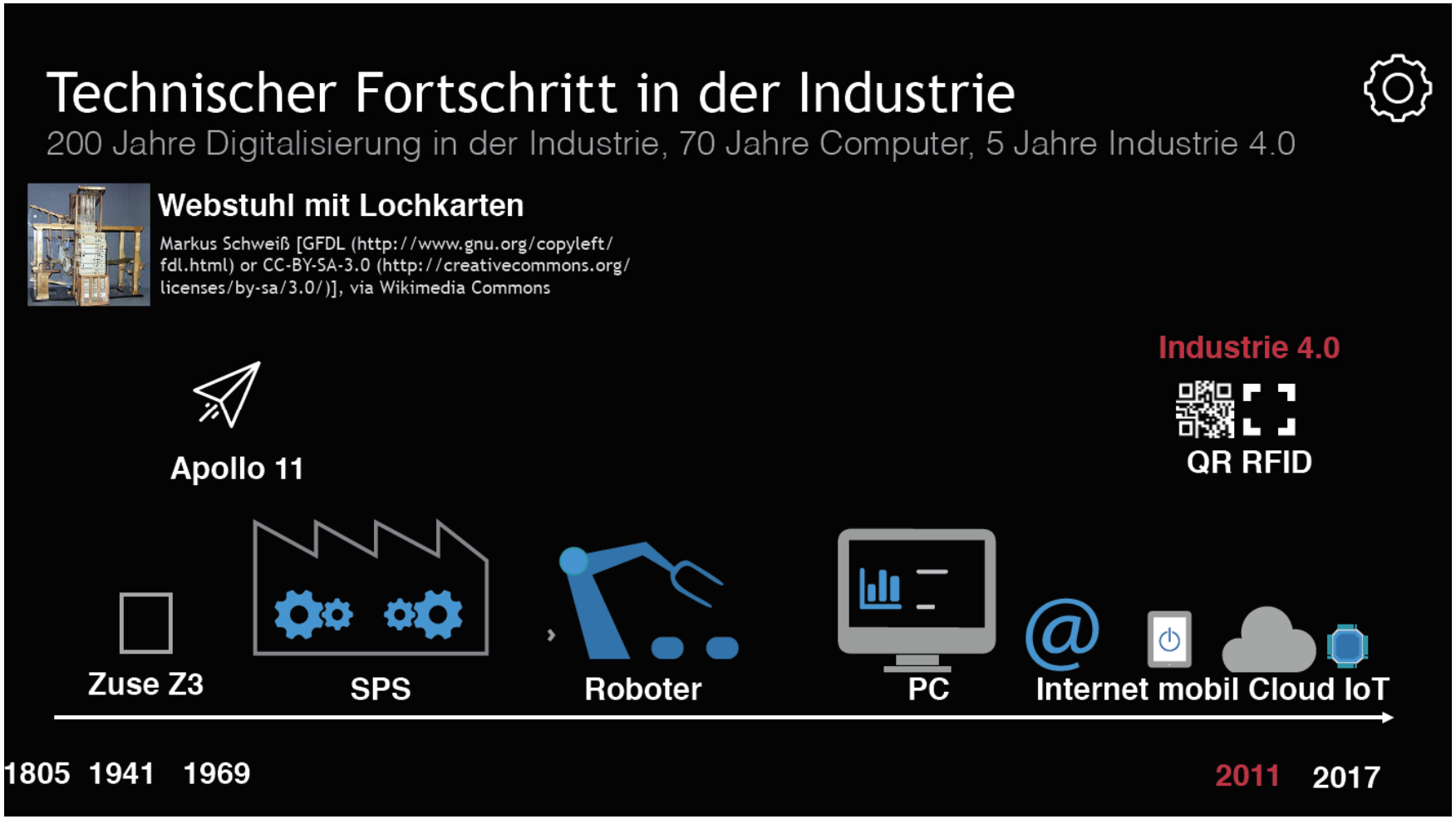
Stuttgart Media University

Prof. Dr. Mike Friedrichsen

BERLIN UNIVERSITY of Digital Sciences

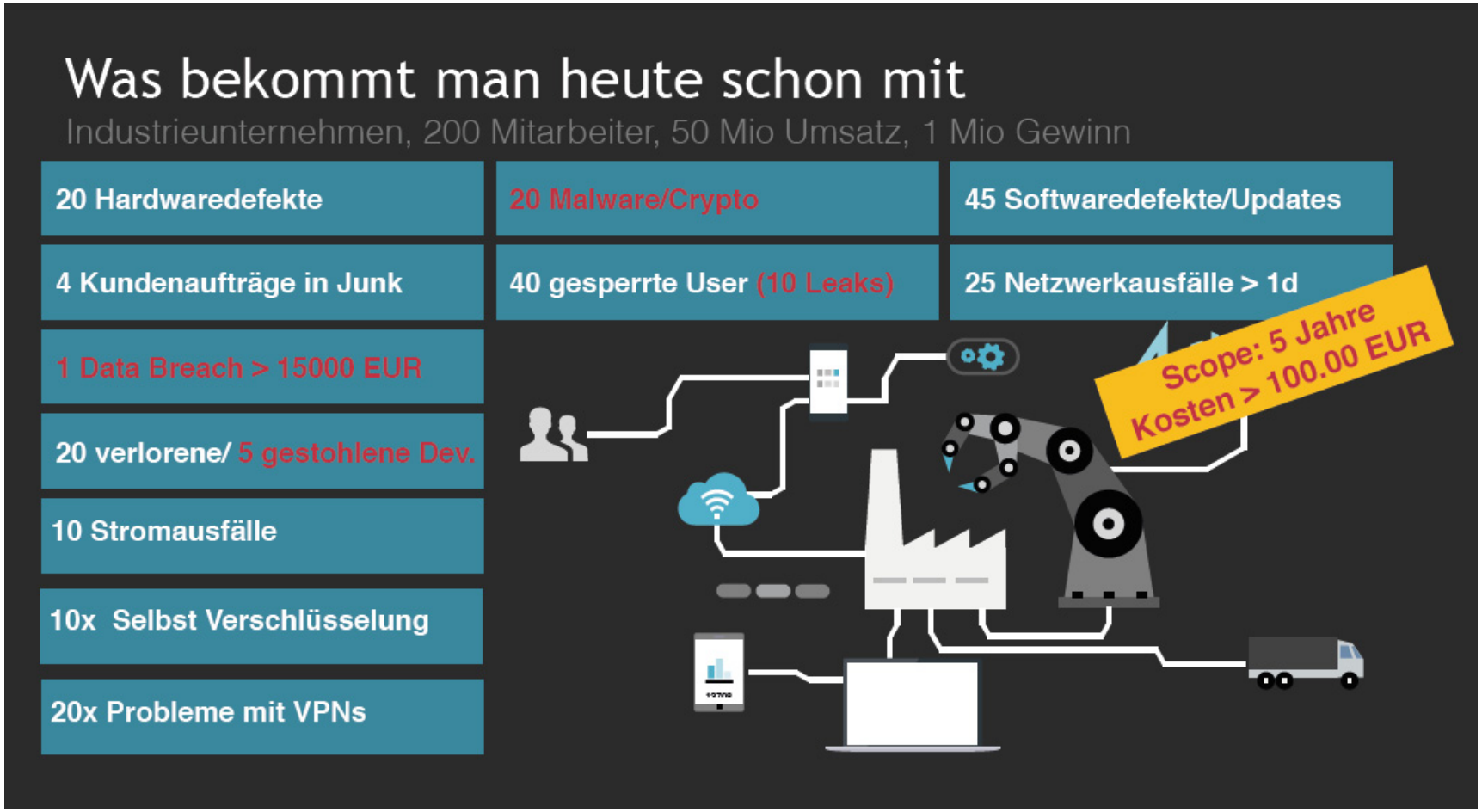
Digitale Zukunft und Innovationspotenziale

Digitalisierung in der Industrie



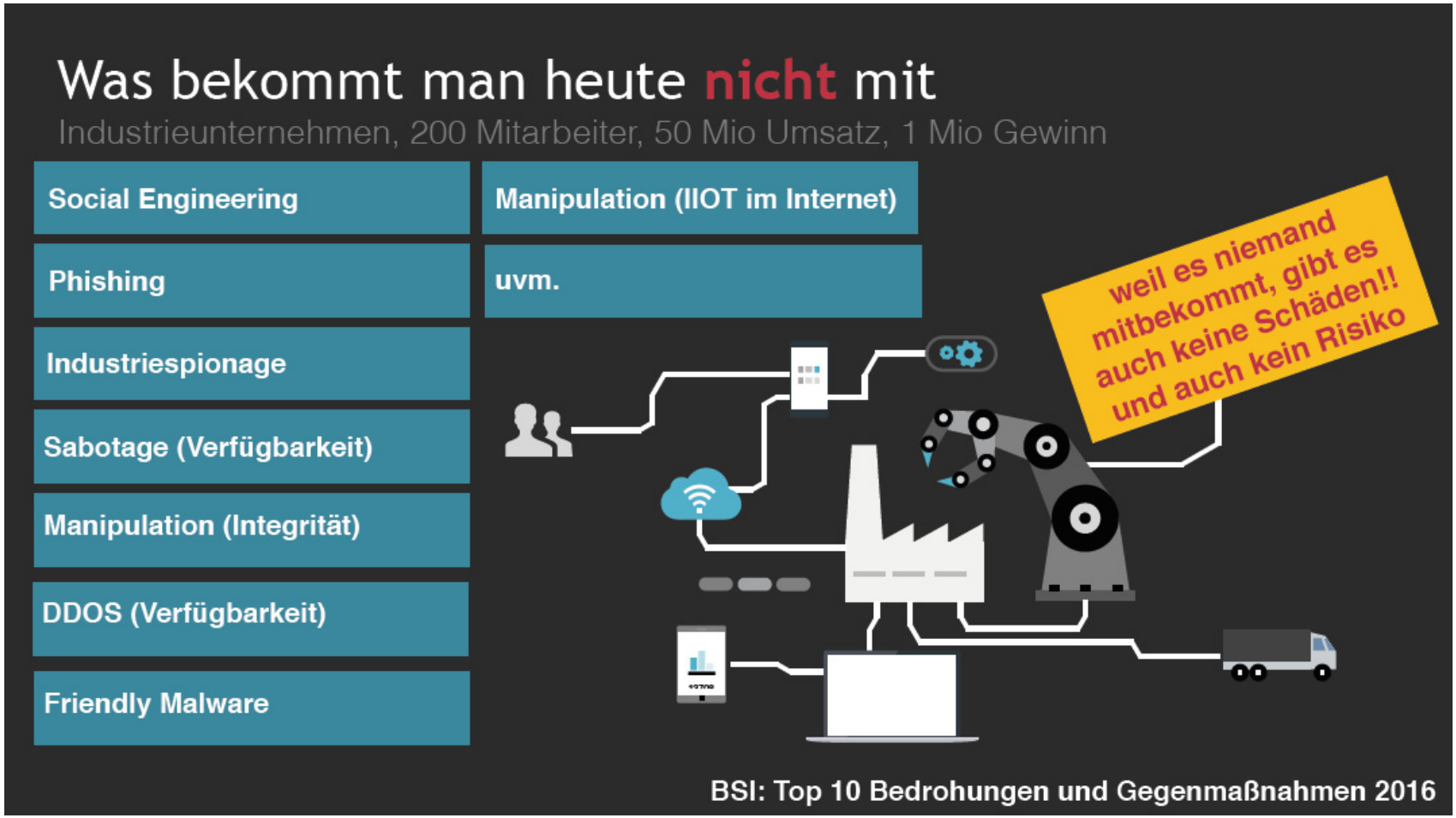
Quelle: Dirnberger 2017

Risiken und Nebenwirkungen Compliance u. Industrial Security



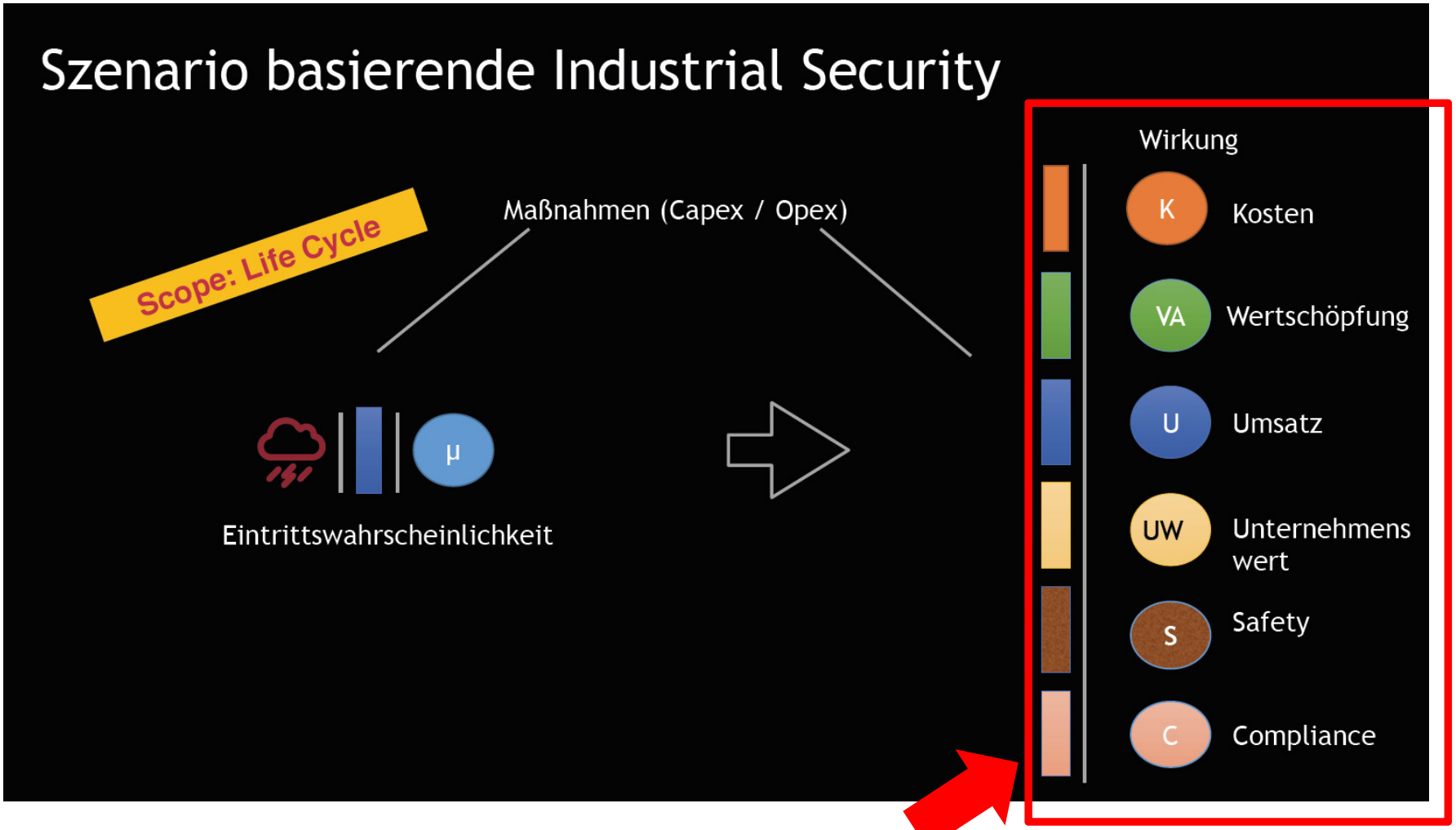
Quelle: Dirnberger 2017

Risiken und Nebenwirkungen Compliance u. Industrial Security



Quelle: Dirnberger 2017

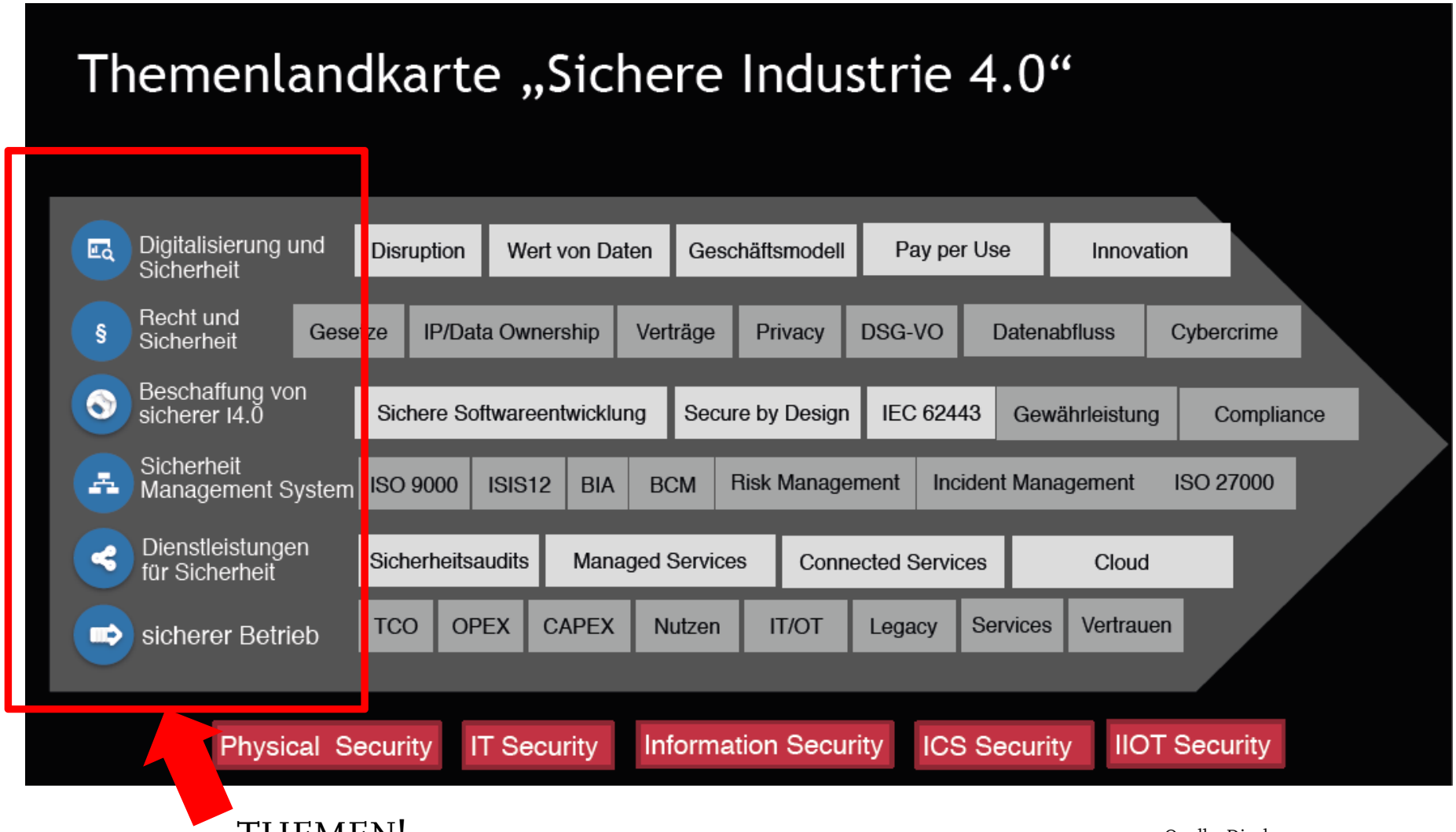
Risiken und Nebenwirkungen Compliance u. Industrial Security



THEMEN!

Quelle: Dirnberger 2017

Risiken und Nebenwirkungen Compliance u. Industrial Security



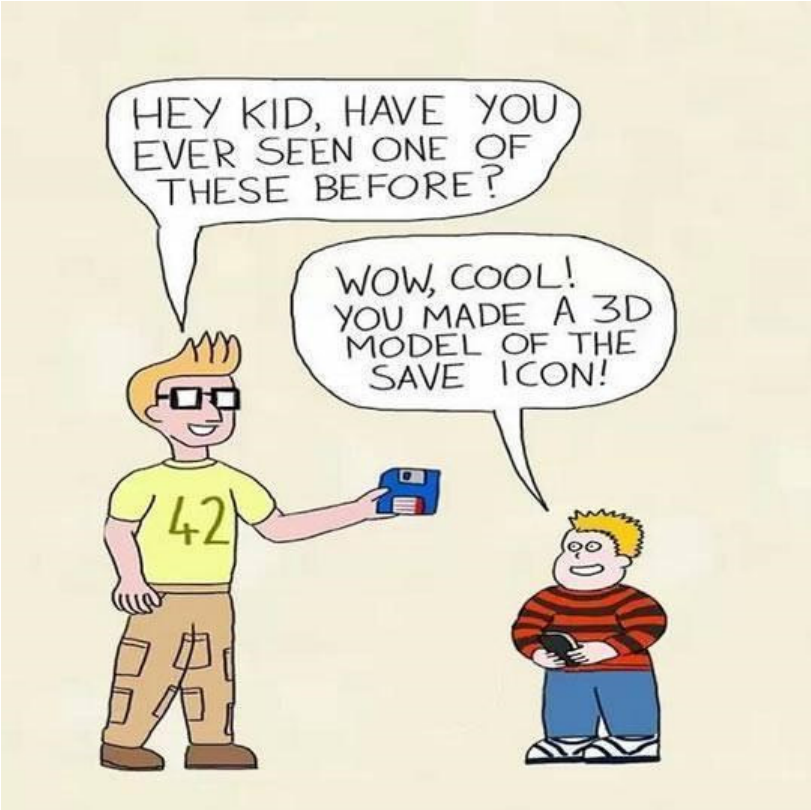
THEMEN!

Quelle: Dirnberger 2017

Keyfacts bei der Verdrängung…

Quelle: Christoph Keese: Silicon Valley. 2014

Dinge entwickeln sich…



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

Kontakt

Homepage:
www.mike-friedrichsen.de
www.berlin-university.digital
www.hdm-stuttgart.de

Twitter:
@friedmike

Facebook:
https://www.facebook.com/friedrichsen.mike

LinkedIn:
https://de.linkedin.com/in/mike-friedrichsen-0787a0a

Xing:
https://www.xing.com/profile/Mike_Friedrichsen?sc_o=mxb_p

Google+:
+Mike Friedrichsen

Flipboard:
@professoremike

Instagram:
https://www.instagram.com/friedrichsenmike/

Pinterest:
https://de.pinterest.com/friedmike1/