

Ein Blick ins Buch: Digitale Transformation im Unternehmen gestalten – Teil 1

9 Februar 2017 | **Digital Transformation** | [Sibylle Kammer](#)

Lesezeit: 3 Minutes

Agieren Sie am Puls der Zeit und somit entlang der digitalen Transformation? Oder ist die Thematik für Sie Neuland? Dieses Buch von Oliver Gassmann, Professor für Innovationsmanagement an der Universität St. Gallen, und Philipp Sutter, CEO bei Zühlke, ist in beiden Fällen absolut lesenswert und hebt sich von unzähligen Publikationen zu diesem Gebiet ab.

Eine Vielzahl an Autoren beleuchten das Thema rund um die digitale Transformation aus unterschiedlichen Blickwinkeln. Es werden Fakten, Konzepte, strategische Fragestellungen und Handlungsanweisungen untersucht und erläutert. Dies immer mit Praxisbezug und effektiven Beispielen anhand von Unternehmungen aus der DACH-Region.

In meinem beruflichen Umfeld sind die Aspekte der digitalen Transformation sowie Innovation meine steten Begleiter. Umso mehr erfreute es mich, in diesem Buch lang Ersehntes zu finden – neue Einblicke und Denkanstöße.

Wussten Sie zum Beispiel, ...

- dass das indische Micromax-Handy heute bereits für weniger als 40 US\$ angeboten wird. Diese mobile Verfügbarkeit wird die Kommunikation und Online-Services in weniger entwickelten Regionen revolutionieren.
- dass 2020 über 50 Millionen Produkte oder Maschinen über das Internet der Dinge (IoT) verbunden sein werden. Dadurch wird die Datenmenge weiter ansteigen, was wiederum zu ganz neuen Geschäftsmodellen führen wird.
- dass Daten heutzutage noch in hohem Masse unstrukturiert vorhanden sind. Nur 15 Prozent deren weisen eine höhere Struktur aus, z.B. in Form von Tabellen. Unter der Annahme, dass Daten das Gold von Morgen sind, liegt hier also noch viel Potenzial brach.
- Dass im neuen Boeing 787 Dreamliner bereits heute mit 3D-Druck gedruckte Teile verbaut sind.

Oder wussten Sie, welche Rolle in diesem Kontext der Red-Queen-Effekt spielt? Dieser besagt, dass Unternehmen, die im Wettbewerbsumfeld überleben wollen, mindestens so schnell wie ihre Mitbewerber voranschreiten müssen.

Industrie 4.0, Logistik 4.0 und 3D-Printing

Das allgegenwärtigen Thema Industrie 4.0 wird dahingehend behandelt, dass dieses nicht mit

Digitalisierung gleichzusetzen ist. Im Gegenteil – die Digitalisierung ist die Basis für Industrie 4.0. Dies mag Ihnen vielleicht bekannt sein, aber wissen Sie zum Beispiel, was ein digitaler Schatten ist? Falls nicht, ist diese Lektüre Ihre Antwort darauf.

In der industriellen sowie auch in allen weiteren Wertschöpfungsketten spielt die Logistik eine zentrale Rolle. Es besteht eine enge Verbindung zwischen «Industrie 4.0» und «Logistik 4.0», welche im Buch detaillierter erläutert wird. Noch weiter greift das Kapitel zum Thema 3D-Druck, welches aufzeigt, dass «Additive Manufacturing», nicht nur die Logistik, aber auch andere Wirtschaftsbereiche revolutionieren wird.

Auch relevante Implikationen für Manager im Zusammenhang mit digitalen Geschäftsmodellen werden analysiert und aufgezeigt. Wussten Sie, dass die meisten aller Geschäftsmodelle eine Rekombination von existierenden Ideen, Konzepten und Mustern sind? Lassen Sie sich von diesen für Ihr eigenes Geschäft inspirieren.

Die Crowd - Kollegen und Konkurrenten weltweit

Was schon fast in Stein gemeisselt ist, keine Branche wird der Digitalisierung entkommen. So werden sich beispielsweise auch der Dienstleistungssektor und die Forschung durch die Digitalisierung verändern. Wenn Sie einmal überlegen, welches Potenzial sich aus dem Austausch von Forschungsdaten für den wissenschaftlichen Fortschritt ergibt. Oder was es bedeutet, wenn der chinesische Freelancer als direkter Konkurrent des indischen und/oder schweizerischen Webdesigners agiert.

Veränderte Kundenbedürfnisse

Die Digitalisierung darf längst nicht mehr als rein technische Innovation oder Megatrend betrachtet werden, denn die digitale Transformation hat weit grössere Implikationen. Sie verändert die Strukturen, Prozesse und Verhaltensweisen unserer Gesellschaft. Veränderte Kundenbedürfnisse und innovative Startups transformieren die Märkte. Der Kunde steht noch mehr im Mittelpunkt aller Tätigkeiten – dies auch dank der Digitalisierung. Dies bedeutet nicht, dass traditionelle Unternehmen keine Zukunft mehr haben, jedoch sind Veränderungen hinsichtlich Agilität und Offenheit gegenüber Neuem relevant. Insbesondere das Kundenverhalten entlang der gesamten Customer Journey muss zwingend verstanden und priorisiert werden. Dazu gehört auch, die Kunden in den Wertschöpfungsprozess zu integrieren. Damit dies gelingt, brauchen Unternehmen auf verschiedenen Ebenen neue Fähigkeiten. Das Buch zeigt auf, welche das sind.

Digital-frugale Innovation erschliesst die Welt

Neue Technologien und ihre Anwendung sind zunehmend massentauglich. Digital-frugale Produkte sind auf den Grundnutzen und Minimalfunktionalität fokussiert. Diese Art der

Innovation ist unter anderem für die Anwendung innerhalb einer Umgebung mit knappen Ressourcen und für Kunden mit eingeschränkten finanziellen Mitteln spannend. Das Potenzial für Schwellen- und Entwicklungsländer ist enorm.

Regulierung - Restriktionen und Chancen

In allen genannten Bereichen, sei es bei der Industrie 4.0, der Digitalisierung der Versicherungsbranche oder im Forschungskontext, spielt die Nutzung von Daten eine Schlüsselfunktion. In Folge dessen werden Regulierung und den Umgang damit ebenso thematisiert.

Dieser Blog gibt einen Kurzeinblick, was Sie im Teil 1 und somit in den ersten 169 Seiten des Buches «Digitale Transformation im Unternehmen gestalten» erwartet. Dieser erste Teil des Buches umfasst konzeptionell-strategische Beiträge. Einen Blick in den Teil 2 des Buches, in welchem Fallbeispiele erläutert werden, erhalten Sie in meinem nächsten Blogbeitrag.

Oder haben Sie jetzt schon Appetit auf die vollständige Lektüre. Dann können Sie jederzeit das Buch [hier](#) bestellen. Oder diskutieren Sie diese Thematik mit unseren [Experten](#).