

Expedition in die digitale Zukunft

Drei Faktoren, auf die Unternehmen achten müssen.

Das Zeitalter der Entdeckung unbekannter Gebiete scheint vorbei zu sein. Doch was für die Geografie gilt, stimmt im Wirtschaftsleben aufgrund der Digitalisierung nicht. Hier ist noch vieles unerforscht und Unternehmen stehen am Anfang ihrer Expedition zum Future Business. Diese gelingt mit einem Dreiklang aus Strategie, Innovation und Transformation.

Unternehmen müssen ihre Digitalisierung erfolgreich und nachhaltig vorantreiben, um gegen den immer intensiveren Wettbewerb und im dynamischeren Marktumfeld zu bestehen. Neue Technologien, Kundenanforderungen und Player auf den Märkten – insbesondere disruptive Startups – gefährden bestehende Geschäftsmodelle und damit das Überleben traditioneller Unternehmen.

Gleichzeitig wird die Welt komplexer und volatil. Dabei erschwert es die wachsende Informations- und Datenflut, Wichtiges von Unwichtigem zu unterscheiden und fundierte Einschätzungen

vorzunehmen. Trotzdem müssen Entscheidungen sofort und mit vielen Unbekannten getroffen werden. Hier sind Führungskräfte gefordert, sich auf die richtigen Initiativen zu konzentrieren und dadurch die notwendige Innovationsfähigkeit zu gewährleisten. Das ist für den nachhaltigen Erfolg und die Zukunftsfähigkeit des Unternehmens essenziell.

Statt sich unvorbereitet und blindlings in unerforschtes Gebiet zu wagen, können Entscheider ihr Unternehmen im Einklang von Strategie, Innovation und Transformation weiterentwickeln und so trotz vieler Unsicherheiten die Basis für die Zukunft schaffen.

1. Strategie ist tot! Lang lebe die Strategie!

Angesichts der hohen Marktdynamik mag so manches Unternehmen überhaupt keine längerfristige Strategie mehr entwerfen. Doch das Gegenteil ist richtig: Die Grundlage jedes Wandels bildet eine von der Unternehmensführung formulierte Strategie.

Dabei sind zwei Perspektiven zu betrachten, zum einen die Unternehmenssicht:

- Sind die richtigen Kompetenzen vorhanden?
- Hat das Unternehmen die richtigen Mitarbeiter an Bord?
- Arbeiten die Abteilungen in Silos?
- Welche Technologien und Trends sind zu berücksichtigen?
- Wie lassen sich aus den vorhandenen Daten Insights generieren?

Auf der anderen Seite gibt es die Marktperspektive:

- Wie verändert sich die Branche?
- Welche Produkte dominieren einen Markt?
- Welche neuen Herausforderer entern den Markt?
- Versteht das Unternehmen den Kunden und seine Anforderungen gut genug?

Entsprechend sollte die Strategie alle Bereiche des Unternehmens umfassen, bestehende Silos aufbrechen und auf den Kundennutzen fokussieren. Gleichzeitig ist es wichtig, das gesamte Team mitzunehmen. Schließlich soll auch bei einer Expedition niemand unterwegs verloren gehen. Die Strategie ist daher auf den bestehenden Fähigkeiten sowie internen Prozessen des Unternehmens aufzusetzen. Zusätzlich sind die Marktgegebenheiten zu berücksichtigen, bevor der Weg zum Ziel ausdefiniert wird. Dabei müssen die Skills jedes einzelnen Mitarbeiters gefördert und gezielt eingesetzt werden, um ein optimales Ergebnis zu erreichen.

Allerdings sind unternehmensinterne Kräfte bei der Transformation der Strategie zu berücksichtigen. Bottom-up-Strategien, oder sogenannte emergente Strategien, können einen erheblichen Einfluss auf den Erfolg der Strategietransformation haben. Schließlich basiert der Erfolg jeder Transformation auf den Menschen, die sie umsetzen und mittragen sollen. Ist der Nutzen für die operative Ebene nicht gegeben oder die Sinnhaftigkeit nicht klar, ist ein Scheitern der Transformation vorprogrammiert. Mitarbeiter entwickeln – bewusst oder unbewusst – eigene Strategien und handeln nach eigenen Wertvorstellungen und Zielen. Nur wer es schafft, Bottom-up-Strategien mit der Top-down-Strategie zu verbinden, wird das übergreifende Ziel erreichen. Wie das umgesetzt werden kann? Wie bei jedem großen Transformationsvorhaben durch intensive Begleitung und Steuerung des Changes.

2. „Wir müssen irgendetwas mit Digital machen!“

Es gibt viele mögliche Wege in die digitale Zukunft. Um auf Anhieb den richtigen zu finden, ist eine Standortbestimmung essenziell. Ein übergreifendes Assessment der Innovationsfähigkeiten hilft dabei, die Route zu planen und auf Stärken des Unternehmens zu setzen.

Je nach Ergebnis sind unterschiedliche Ansätze für das Innovationsmanagement denkbar. Sollen Vorteile einer Open Innovation Community genutzt werden – oder ist ein Closed- oder Semi-closed-Ansatz besser geeignet? Wie werden aus Ideen im Unternehmen echte Innovationen? Und wie können diese zu tragfähigen Geschäftsmodellen weiterentwickelt werden?

Das Design eines erfolgreichen Innovationsmanagements setzt voraus, dass eine übergreifende und ganzheitliche Betrachtung möglich ist – auch über bestehende Unternehmensgrenzen hinaus. Dazu müssen sich das Unternehmen und die Teams öffnen und die Kraft des Netzwerks nutzen, sei es auf Events und Summits, auf Online-Plattformen oder sozialen Netzwerken. Damit können – gemeinsam mit Partnern – neue Wege beschritten werden.

3. Wenn alles unter Kontrolle ist, ist man zu langsam

Die Transformation zu einer kundenzentrierten Organisation kann ein Game Changer sein – und es richtig zu machen, ein USP. Daten helfen dabei, Kunden besser zu verstehen und kundenzentrierte, individuelle Produkte und Leistungen anzubieten: Liegt der Fokus auf den richtigen Initiativen? Sind die Ressourcen effizient eingesetzt? Und was hat der Kunde davon? Die Umsetzung der Initiativen kann in klassischen, agilen oder hybriden Projekten oder Programmen stattfinden. Unabhängig

von der Vorgehensweise sollte die notwendige Flexibilität und Anpassungsfähigkeit gewährleistet sein – sei es bei der einfachen Prozessdigitalisierung im HR-Bereich eines Einzelhändlers oder bei einer umfassenden digitalen Transformation des Marketing & Sales eines Pharmakonzerns. Denn eines haben alle Projekte heutzutage gemeinsam: Wer es nicht schafft, Ideen schnell, effizient und effektiv umzusetzen, hat im Wettbewerb bereits verloren.

Wie setzen Unternehmen die Initiativen richtig um?

- Klassischen Organisationsstrukturen überdenken und Silos beseitigen
- Agile Methoden und Denkweisen übernehmen
- Daten für Insights nutzen und daraus Mehrwerte für Geschäftsmodelle schaffen



Fragestellungen für den Dreiklang aus Strategie, Innovation und Transformation

Wie definieren Unternehmen die richtige Strategie?

- Digitale Strategie aufbauen, die alle Bereiche des Unternehmens umfasst
- Strategie in die Praxis überführen durch agile Projekte, Proof of Concepts und MVPs
- Fokus auf den Kundennutzen legen

Wie finden Unternehmen die richtigen Initiativen?

- Bewusste Entscheidung für das passende Design des Innovationsmanagements fällen
- Alle Bereiche im Unternehmen einbeziehen, um echte Innovationen zu schaffen
- Über Unternehmensgrenzen hinweg kooperieren
- Digitale Technologien nutzen und versuchen zu skalieren

Fazit

Wie bei einer Forschungsexpedition müssen Unternehmen ihren Weg in die digitale Zukunft strategisch planen, mit innovativen Methoden angehen und sich agil unvorhersehbaren Ereignissen anpassen. Mit Hilfe dieses Dreiklangs aus Strategie, Innovation und Transformation sind die Ideen und Fähigkeiten von Mitarbeitern und Partnern effizient zu nutzen, um den Markterfolg zu steigern.

Dabei müssen Unternehmen immer das gewünschte Ziel vor Augen haben, um die korrekte Richtung beizubehalten. Denn der Weg in die digitale Zukunft ist komplex und volatil. Jede Forschungsreise beginnt mit dem ersten Schritt. Auf dem Weg zum Future Business kann schon ein mehrtägiger Workshop der erste Schritt sein, um sich darauf vorzubereiten. Campana & Schott hilft bei der Planung der Reise und begleitet Unternehmen bis zum Ziel. Denn ein erfahrener Expeditionsleiter kann bei der Erforschung von unbekanntem Terrain wertvolle Hilfestellung bieten.

Campana & Schott

Campana & Schott ist eine internationale Management- und Technologieberatung mit mehr als 400 Mitarbeitern an Standorten in Europa und den USA.

Seit mehr als 25 Jahren unterstützen wir Unternehmen ganzheitlich und mit Leidenschaft dabei, komplexe Veränderungsprozesse zu bewältigen – mit bewährten Methoden, Technologien oder schlicht den richtigen Menschen.

Die Leidenschaft für alle Facetten der Zusammenarbeit von Menschen in Organisationen und Projekten treibt uns dabei seit jeher an.

Weitere Informationen:
www.campana-schott.com

CS
Campana
Schott