

Gastvortrag Stefan Sautmann, SVALUE | Westfälische Wilhelms-Universität Münster | 02. Februar 2017

MEINE PERSON

Beruflicher Werdegang im Kurzüberblick

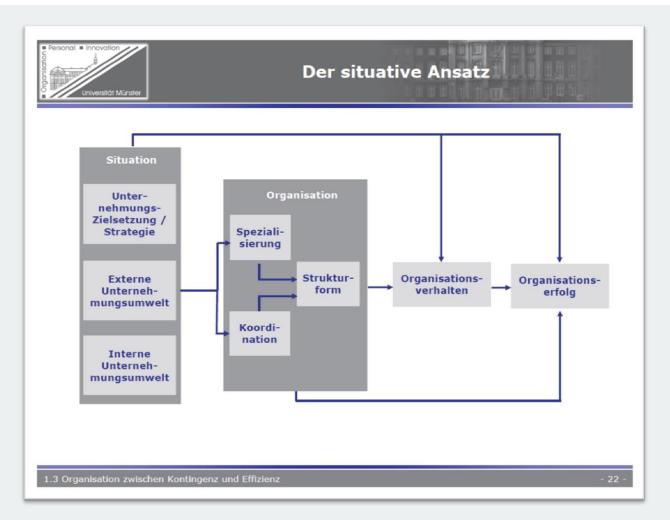


- Studium an der WWU Münster (Abschluss Diplom Kaufmann mit Schwerpunkten ´Organisation, Personal und Innovation´ sowie ´Marketing´)
- 2004-2011: Angestellter der arvato services | part of Bertelsmann AG in verschiedenen (Führungs-) Positionen (u.a. Consulting, Vermarktung, Vertrieb, Business Development)
- 2011-2012: Gründer/ Geschäftsführer deviceX, Startup für Konzeption, Umsetzung, Betrieb und Vermarktung von Applikationen für Mobile (Smartphone, Tablets), Social Media und Hybrid TV
- 2012-2015: Gründer und Geschäftsführer der metacrew consulting GmbH
- 2014-2017: Managing Director WOM (Einbringung/ Umsetzung einer eigenen Geschäftsidee) und Director Business Development der Ströer Digital Group GmbH | part of Ströer SE & Co. KGaA
- Seit 2012: Gründer und Inhaber der SVALUE, einer strategischen Unternehmensberatung, vor allem im Hinblick auf die Digitalisierung von Produkten und Services
- Seit 2012: Lehrbeauftragter der WWU Münster am Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Organisation, Personal und Innovation
- Seit 2017: Lehrbeauftragter der DHBW (Duale Hochschule Baden-Württenberg), Studiengang BWL Medien- und Kommunikationswirtschaft (Marketingkommunikation & Dialogmarketing)
- Experte für Marketing, Business Development, CRM, Dialogmarketing, Multi-Channel-Marketing, Influencer-Marketing,
 Vermarktung, Innovations- und Change-Management

SITUATIVER ANSATZ

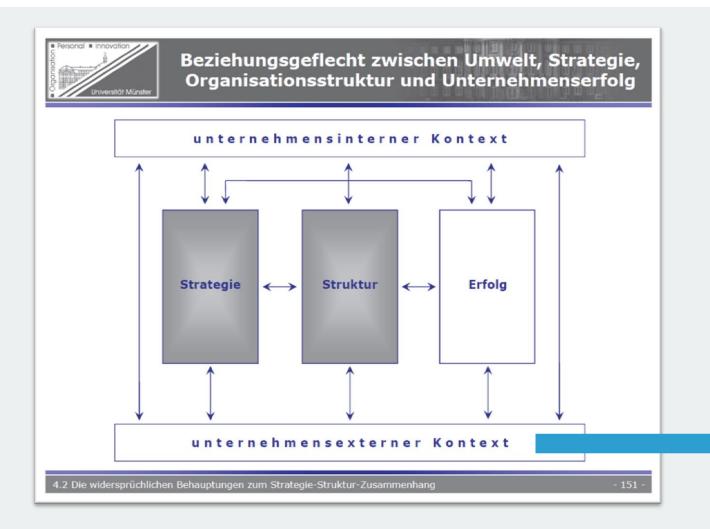
Die Strategie hat, laut Chandler, Einfluss auf die Struktur/ Organisation.

■ Chandler: "Structure follows Strategy!



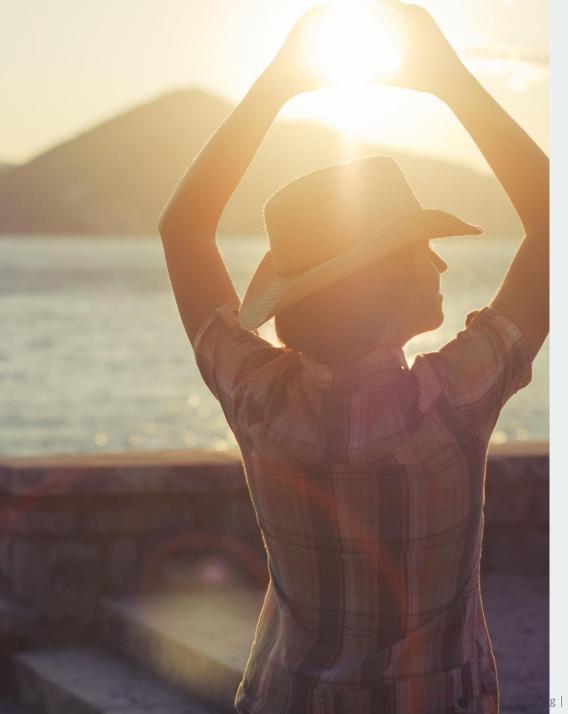
MULTIPLER ANSATZ

U.a. externe Einflussfaktoren können auf Strategie und Struktur der Organisation wirken.



 Dadurch verändert sich die klassische Sichtweise Chandlers, da die Interdependenzen aus verschiedenen Blickwinkeln diskutiert werden können.

> Einflussfaktor Digitalisierung



SCOPE GASTVORTRAG Zielsetzung des Vortrages

- Digitalisierung führt zu einem Wandel des bestehenden Verständnisses von Strategie und Organisation.
- Insb. Umgang, Verhältnis und Verständnis von Mitarbeitern, Kunden und Geschäftsbeziehungen sind betroffen.
- Nicht nur einzelne Funktionen und Unternehmensbereiche, sondern ganze Wertschöpfungsketten verändern sich.
- Wie in Kapitel 4.2 in der Vorlesung gehört, gibt es Notwendigkeiten und wechselseitigen Beziehungen zwischen Strategie und Organisation.
- Vortrag zeigt Hintergründe, Auswirkungen und Einflüsse der Digitalisierung auf das Unternehmen und (praktische) Ansätze wie diesen begegnet bzw. Chancen der Digitalisierung genutzt wurden.

AGENDA

- 1 EINFLÜSSE VON DIGITALISIERUNG
- 2 DIGITALISIERUNG ALS HERAUSFORDERUNG FÜR UNTERNEHMEN
- 3 CAS
- 4 FRAGEN



VERÄNDERTE MEDIENWELT

Die Anzahl der Kommunikationskanäle und das Mediennutzungsverhalten der Konsumenten hat sich in den letzten Jahren radikal und rasant verändert.

1995



2017



Nacheinander ... Nebeneinander ... Miteinander Sequenzielle Kommunikation

Durcheinander ... Ineinander ... Übereinander ... Vernetzte/ Parallele Kommunikation

DIGITALE MEDIEN IM LEBENSMITTELPUNKT

Eine Bestandsaufnahme zeigt, dass die Nutzung digitaler Kanäle und Produkte inzwischen normal geworden ist.

- Reales und Digitales Leben sind nicht mehr einfach voneinander zu trennen. Anwendungen werden zu Communities und Internetbegriffe werden umgangssprachlich genutzt.
- Bei den unter 35 jährigen ist das Internet bereits der Lebensmittelpunkt.
- Weltweit nutzen 3,4 Milliarden Menschen das Internet. Die meisten Internetnutzer tun dieses über mobile Endgeräte.
- In Deutschland sind 80 Prozent der Bevölkerung online. Bei den 15- bis 19-Jährigen sind es 99 Prozent.
- Junge Menschen im Alter zwischen 16 und 30 Jahren verbringen durchschnittlich 3,2 Stunden pro Tag mit ihren mobilen Devices.
- Für 60 Prozent der unter 24-Jährigen ist das Internet die wichtigste Quelle für Tagesnachrichten (vs. 27% TV).
- 73% der täglichen Kommunikation verläuft digital (37% privat, 35% geschäftlich)*
- Allein die Nutzung des Internets hat in den letzten 1 ½ Jahren um 1 Stunde zugenommen*

DIGITALE MEDIEN IM LEBENSMITTELPUNKT

Die zunehmende Digitalisierung von Menschen und Dingen eröffnet für Unternehmen viele neue Chancen.

- **Digitales Informieren** auf Websites, in Foren oder Blogs, etc. wird zu einer der wichtigsten **Grundlagen für Kaufentscheidungen**
- Nahezu die Hälfte der Käufe erfolgen digital*
- Produkte und Services werden zunehmend digitalisiert distribuiert*
- Eines der internationalen Top-Themen ist "die Vernetzung im Internet der Dinge".
- Die TK bietet Sondertarife für Smartwatch-Nutzer an.
- Deutschlands Mobilfunknetz liegt abgeschlagen auf Rang 49, was die Abdeckung durch LTE angeht.
 Dabei ist der neue Mobilfunkstandard 5G ist 40-mal schneller als LTE.
- Verkehrsströme können mit Handydaten berechnet werden.
 Werkstätten erhalten Aufträge direkt vom Auto.
- Ein amerikanischer Softwarespezialist Chaotic Moon aus Austin hat ein interaktives Tattoo entwickelt. Es erfasst und überträgt Körpertemperatur, Pulsschlag und Hautfeuchtigkeit.

^{*}Quelle: German Digitalization Consumer Report 2014 | Digitalization Think:Lab | Marketing Center Münster & Roland Berger Strategy

GLOBAL MARKE

Online Publikum in Deutschland

Nutzung von Internet und Geräten



Google

1. Data from IMF, Consumer barometer, CIA, Euromonitor and Statcounter are based on assumptions

2. Figures/estimates are based on historical information and do not guarantee future performance

BEDÜRFNISSE HABEN SICH GEÄNDERT

Ein Ergebnis einer Umfrage von Google zeigt, dass sich die Wünsche und Bedürfnisse der Menschen geändert haben.

Schlüssel:

Zuflucht, Sicherheit und Transport

Geld:

Kleidung, Essen und Sicherheit

Mobiltelefon:

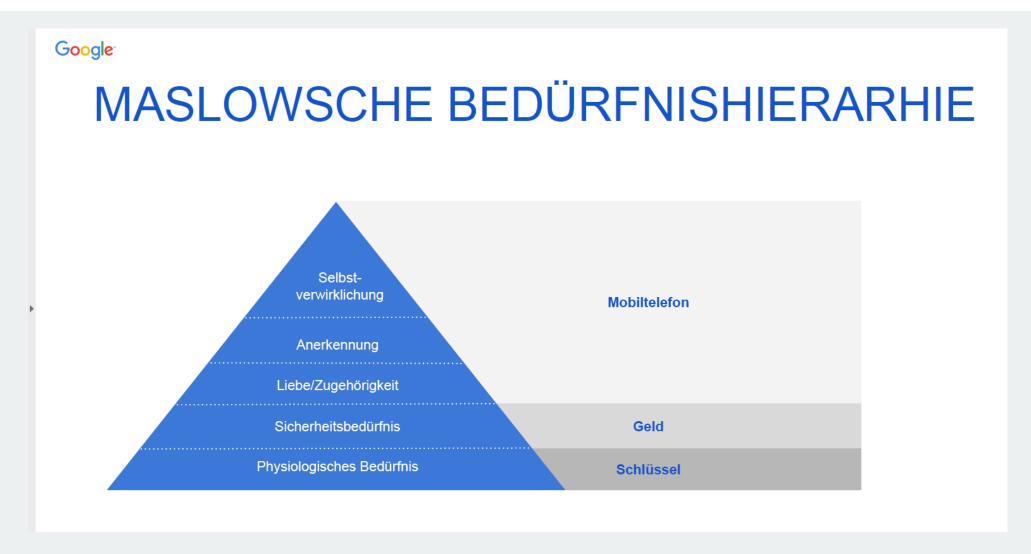
Liebe & Zugehörigkeit (Freundschaft, Intimität, Familie)

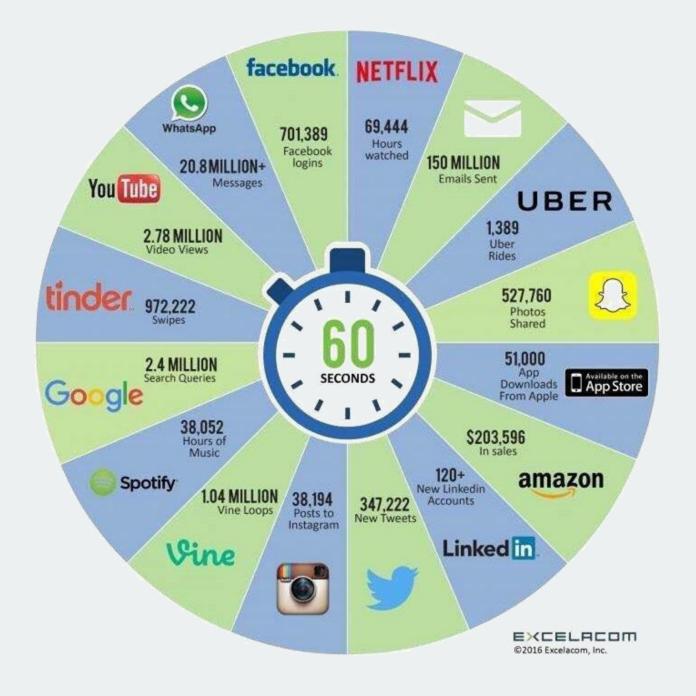
Anerkennung (von anderen akzeptiert und geschätzt)

Selbstverwirklichung (Möglichkeiten)

MOBILITÄT BEFRIEDIGT BEDÜRFNISSE

Eine Übertragung der Ergebnisse aus der Befragung von Google in die Bedürfnispyramide von Maslow zeigt erstaunlich Ergebnisse.





60 Sekunden in deutschen Büros

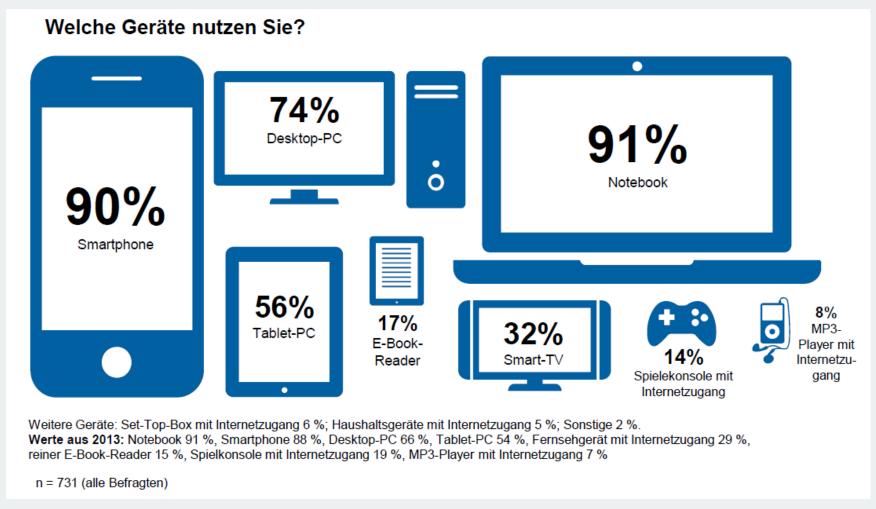






PARALLELE MEDIENNUTZUNG

Jeder ist inzwischen fast immer und überall erreichbar. Jeder trifft auf Basis dieser Beeinflussungen Entscheidungen, unabhängig von Ort und Zeit.



Quelle: Digitalisierung der Gesellschaft 2014 | Aktuelle Einschätzungen und Trends | Internet World & Universität Regensburg, 2014

HETEROGENE MEDIENNUTZUNG

Mediennutzungsverhalten erfolgt vernetzt und parallel. Daher ist es für Unternehmen wichtig, Stakeholder in pers. Mediennutzungsverhalten abholen.







Die Situation und Motivation, in der sich ein "User" befindet, wenn er auf eine Information oder Botschaft trifft, ist, auch aufgrund der verschiedenen Kanäle jeweils eine andere.

Der potentielle **Kunden, Geschäftspartner oder auch Mitarbeiter** müssen daher jeweils **in ihrem persönlichen Mediennutzungsverhalten abgeholt** werden

NICHT JEDER MOMENT IST DER RICHTIGE

Ziel muss es sein, Nutzer im richtigen (für ihn persönlich relevanten) Moment zu erreichen und zielgenaue Informationen auszuliefern.



AGENDA

- 1 EINFLÜSSE VON DIGITALISIERUNG
- 2 DIGITALISIERUNG ALS HERAUSFORDERUNG FÜR UNTERNEHMEN
- 3 CAS
- 4 FRAGEN

DIGITALISIERUNG ...UND DIGITALE TRANSFORMATION

"Digitalisierung" wird oftmals nur als "Herunterbrechen oder Überführung analoger Größen" definiert. Dabei sind die Einflüsse von Digitalisierung weitaus größer:

"Digitale Transformation, verändert langfristig durch die Möglichkeiten und Potentiale digitaler Medien (…) das Fundament jedes Unternehmens in seiner Strategie, Struktur, Kultur und seinen Prozessen."

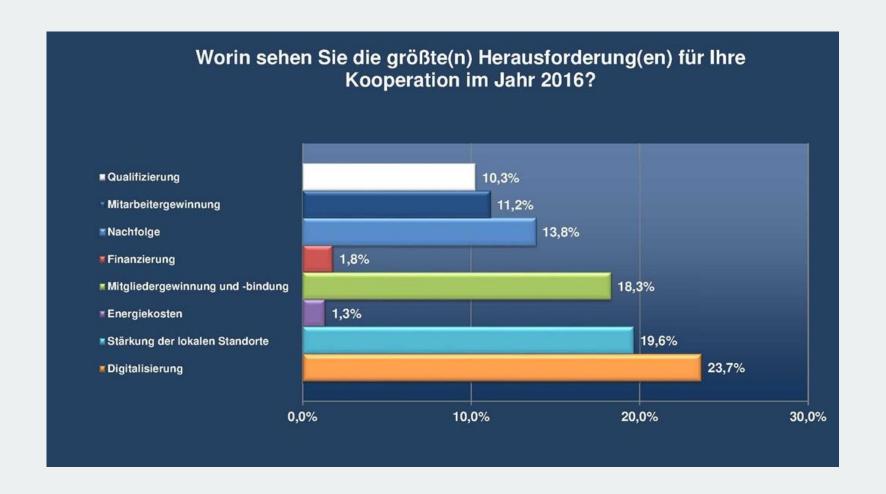
Quelle: http://de.wikipedia.org/wiki/Digital_Business_Transformation#cite_note-1

Dieser Herausforderung müssen Unternehmen offensiv begegnen (→ Change Management): Der Erschließung neuer Geschäftschancen sowie die Umsetzung neuer Geschäftsmodelle durch ein Unternehmen.

Vgl.: Cap Gemini Website: Business Transformation November 2011

EINFLUSS AUF DIE WIRTSCHAFT

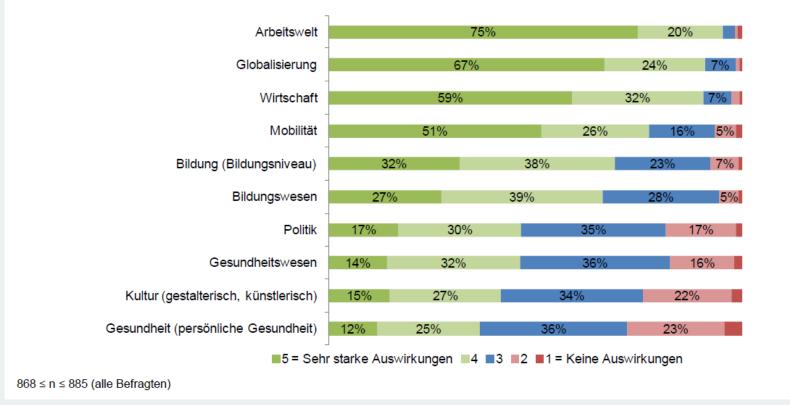
Die größte Herausforderung sehen die Unternehmen in der Digitalisierung.



EINFLÜSSE DER DIGITALISIERUNG

Im Vergleich zu den Vorjahren ist insbesondere die Arbeitswelt stärker von der Digitalisierung betroffen.

Wie stark wirken sich die Digitalisierung und die damit verbundenen rasanten Entwicklungen auf folgende gesellschaftliche Bereiche aus?



Quelle: Digitalisierung der Gesellschaft 2014 | Aktuelle Einschätzungen und Trends | Internet World & Universität Regensburg, 2014

EINFLUSS AUF DIE WIRTSCHAFT

Die größte Herausforderung sehen die Unternehmen in der Digitalisierung.

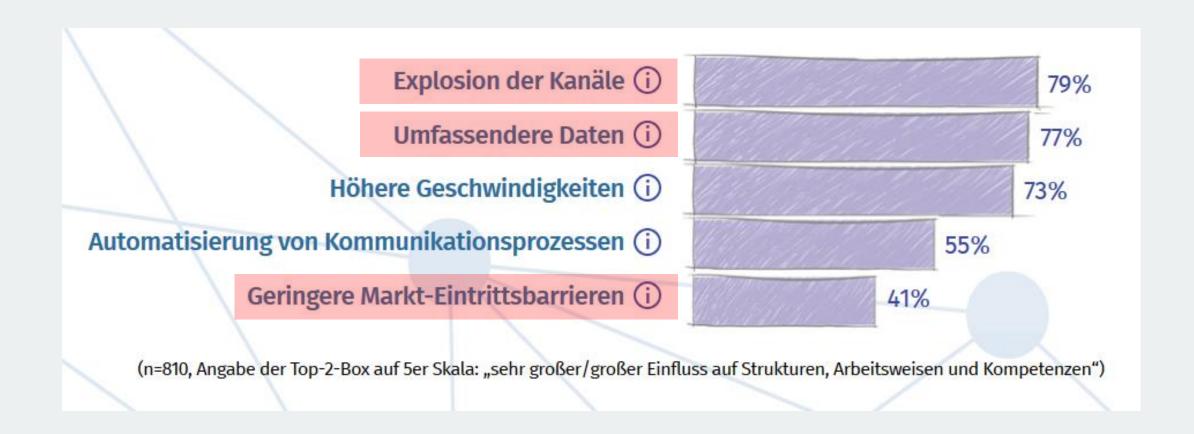
Um "Digitale Transformation" durchzuführen, müssen Organisationen die technologischen, soziokulturellen und ökonomischen Herausforderungen der Gegenwart verstehen:

- 1) Digitalisierung
- 2) Netzwerkgesellschaft
- 3) Neue Arbeitswelten
- 4) Post Wachstum

Herausforderungen verändern Gesellschaft, Wirtschaft und Unternehmen und haben somit auch Auswirkungen auf die zukünftige Gestaltung der Organisation.

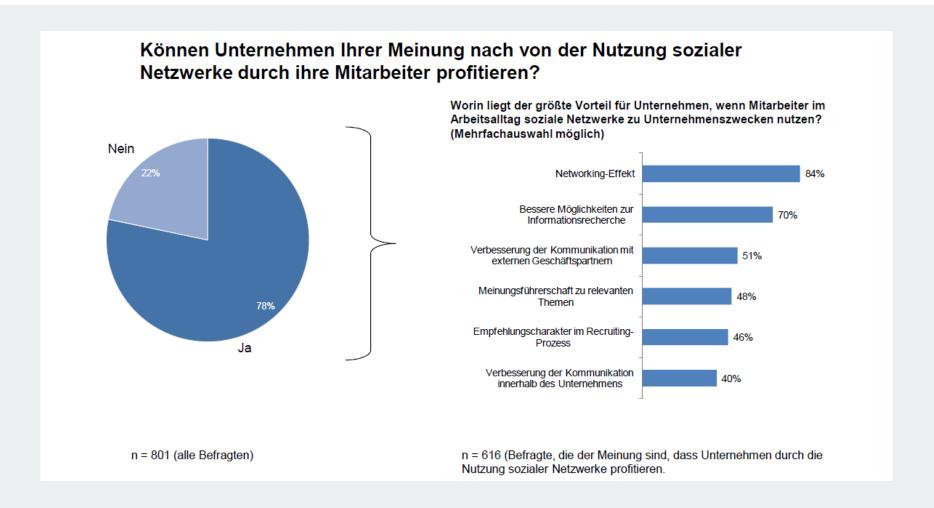
1. HERAUSFORDERUNG: DIGITALISIERUNG

Organisationen werden zunehmend von digitalen Medien und Technologien beeinflusst.



DIGITALISIERUNG IM UNTERNEHMEN

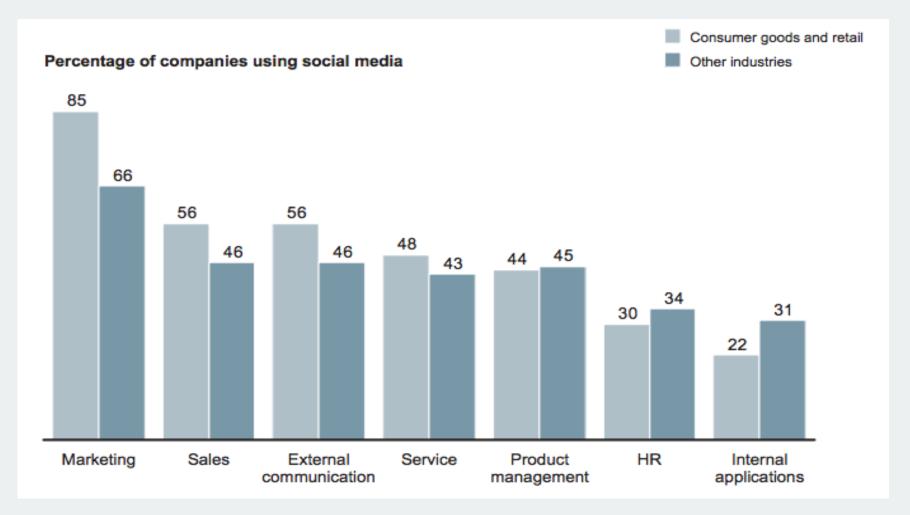
¾ der Befragten sind der Meinung, dass Unternehmen von der Nutzung sozialer Netzwerke profitieren können.



Quelle: Digitalisierung der Gesellschaft 2014 | Aktuelle Einschätzungen und Trends | Internet World & Universität Regensburg, 2014

DIGITALISIERUNG IM UNTERNEHMEN

Auch in allen Unternehmensbereichen werden digitale Medien, hier fokussiert auf Social Media, immer wichtiger.



Quelle: Deutscher Marketing Verband e.V. | "Studie - Marketingorganisation der Zukunft", 2014

EINFLUSS AUF DIE WIRTSCHAFT

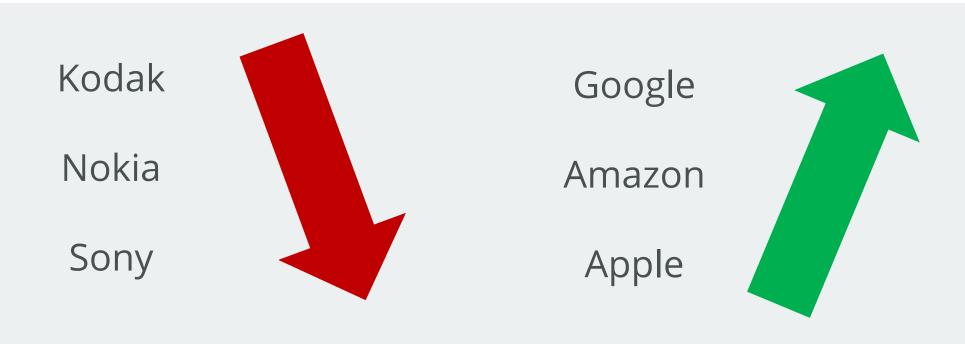
Die größte Herausforderung sehen die Unternehmen in der Digitalisierung.*

"Durch das Internet haben wir neue Konkurrenten aus aller Welt bekommen."

Dr. Ludwig Veltmann, Hauptgeschäftsführer Mittelstandverbundes

DIGITALISIERUNG ALS HERAUSFORDERUNG

Unabhängig von Tradition und Unternehmensgröße: Wer die digitale Transformation verschläft hat schlechte Karten.



Branchenfremde Wettbewerber bedrohen etablierte Unternehmen mit nur einem Vorteil: sie sind näher am Kunden.













DIE WERTVOLLSTEN MARKEN DER WELT

Google stößt Apple vom Thron



2. HERAUSFORDERUNG: NETZWERKGESELLSCHAFT

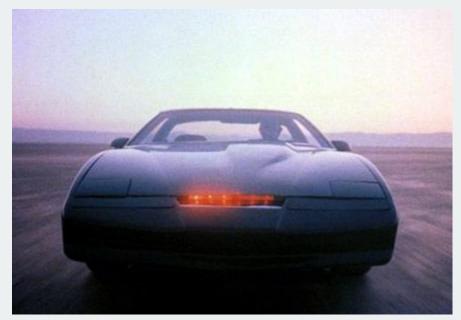
Bedeutung von Selbstverantwortung und Eigeninitiative steigen. Beziehungen werden lockerer und flexibler. Es gibt beruflich und privat mehr Optionen.



DIGITALISIERUNG ALS HERAUSFORDERUNG

Es geht nicht mehr nur darum, ein gutes Auto zu bauen, sondern um das Wissen was der Kunde will.

Audi plant 2020 die Hälfte seines Umsatzes mit digitalen Produkten zu machen: von downloadbaren Designelementen bis hin zur automatischen Wartung während der Wagen am Flughafen parkt.



K.I.T.T. "Knight Industries Two Thousand"

EINFLUSS AUF DIE WIRTSCHAFT

Unabhängig davon, ob ein Unternehmen digital "real" vertreten ist oder nicht, Meinungen und Bewertungen werden immer für pot. Kunden auffindbar sein.



Kundenrezensionen

Bewertungen

Shitstorms

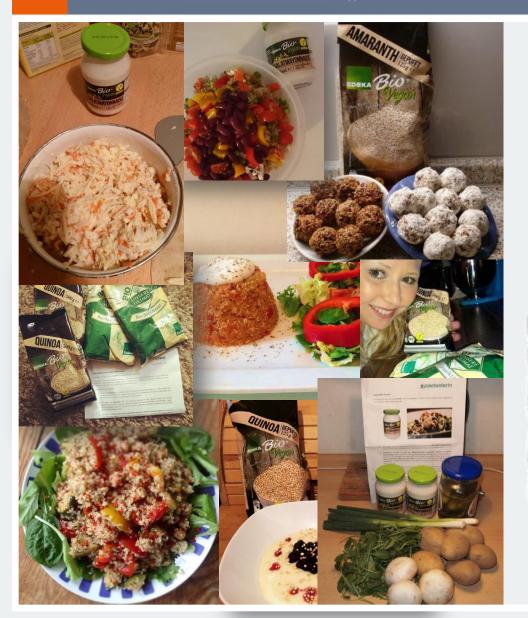
Blog

BEISPIEL CASE



EDEKA hat innerhalb von 3 Kampagnen das Tool "Word-of-Mouth" Marketing getestet, inwiefern es sich für seine Kunden als auch Marke und Produkte eignet.

WOM-KAMPAGNEN "SCHMECKEN" EDEKA KUNDEN



Produkttests
"Unsere Heimat Bio"
&
"EDEKA Bio + Vegan"

100%

der Testerinnen können sich vorstellen, ihre veganen Produkte zukünftig bei EDEKA zu kaufen.

Fazit 3. Produkttest auf #jolietesterin



Die Partizipation am Test und das damit verbundene Kennenlernen der (veganen) Produktfamilie von EDEKA hat einen sehr positiven Einfluss auf die Werteinstellung und -wahrnehmung gegenüber der EDEKA den Produkten und damit verbunden auf das zukünftige Kaufverhalten.

"Kannst Du Dir vorstellen, Deine veganen Produkte zukünftig bei EDEKA zu kaufen?"





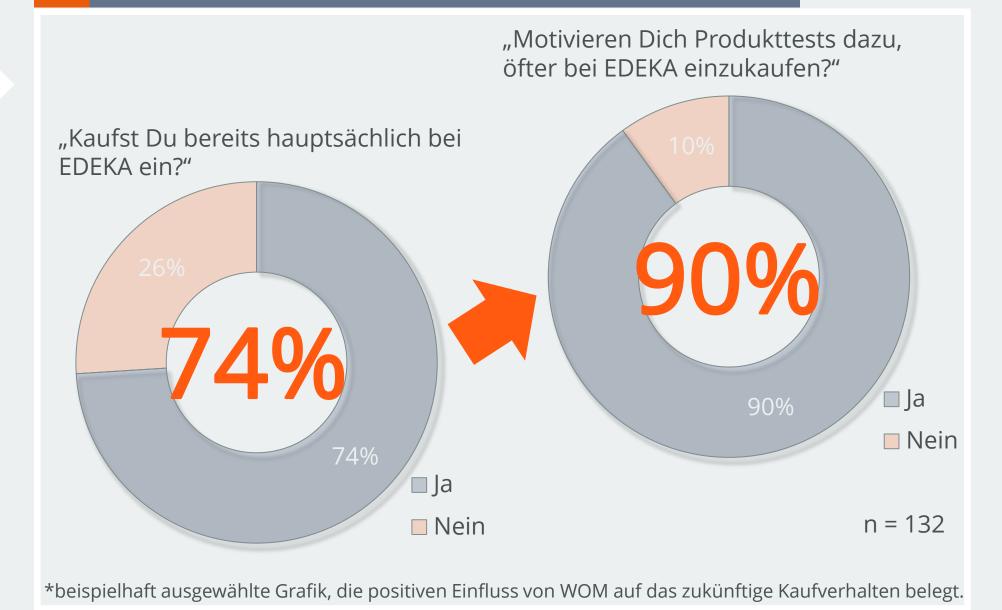
n = 82

*beispielhaft ausgewählte Grafik, die den positiven Einfluss von WOM auf die Wertwahrnehmung von EDEKA auch für das zukünftige Kaufverhalten belegt.



Das Kennenlernen der EDEKA Produkte mittels der WOM Kampagnen hat auch für zukünftige Käufe einen sehr positiven Einfluss bei den Testern.

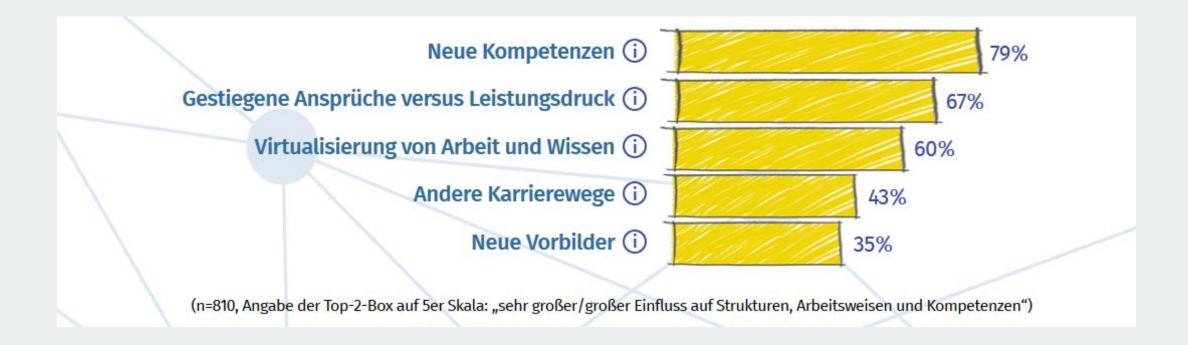
Der Einfluss ist umso werthaltiger, als dass die Tester ihr **positives Empfinden** sicher **auch in ihrem Umfeld kommunizieren werden.**



3. HERAUSFORDERUNG: NEUE ARBEITSWELTEN

Unternehmen werden flexibler, Arbeitswelten verändern sich. Arbeitsprozesse und Organisationsstrukturen werden virtueller, durchlässiger und vernetzter.

Statt Konkurrenz und Kontrolle gewinnen Kooperation und Werte an Bedeutung für Führungskräfte. Neue Anreizstrukturen jenseits von Geld und Macht, Statussymbolen und Karriere werden wichtiger.



ABGRENZUNG VON GENERATIONEN

Unternehmen müssen nicht nur verschiedene Kunden "bearbeiten", sondern sich auch mit unterschiedlichen Mitarbeitergruppen befassen.



"Digital Natives sind Menschen, die nach 1980 direkt in das digitale Zeitalter hineingeboren wurden. Sie sind durchweg vernetzt und mit den neuen digitalen Medien und Möglichkeiten bestens vertraut." (Vgl.: Palfrey/ Gasser 2008: Generation Internet)





Oder auch Generation x)

60er/ 70er Jahre Menschen, die ins Digitale Zeitalter hineingewachsen sind, und für die Digitales zur Selbstverständlichkeit geworden ist, ohne die analogen Kanäle zu vergessen



DIGITALE
IMMIGRANTS
(oder auch Baby Boomer)

40er/ 50er Jahre Ein Digital Immigrant ist eine Person, die **nicht mit digitalen Technologien aufgewachsen** ist, sondern sich deren Benutzung erst **im Erwachsenenalter aneignen** musste.

(Quelle: http://www.gruenderszene.de/lexikon/begriffe/digital-immigrant)



Vgl. hierzu auch: Prof. Dr. Thorn Kring (2013), GENERATION Y – ANFORDERUNG AN PERSONAL- UND ORGANISATIONSENTWICKLUNG



UnternehmerPerspektiven: Zukunft Arbeit (2016)

ABGRENZUNG VON GENERATIONEN

Die unterschiedlichen Generationen sind im Gebrauch/ ihrer Kenntnis digitaler Kanäle klar zu definieren.

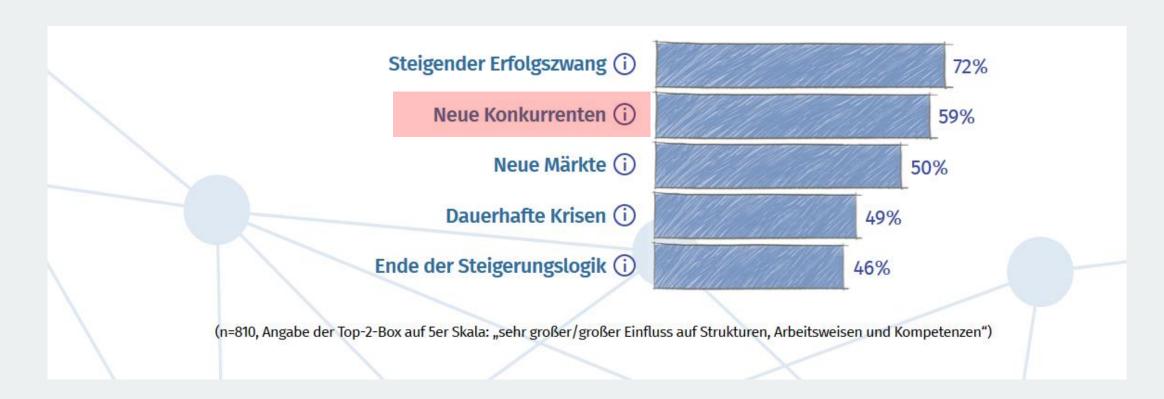
	Digital Natives	Digital Immigrants
Einstellung	Es gibt (gefühlt) keinen Unterschied zwischen digitalen und analogen Dingen.	On- und Offline sind 2 separate Welten. Dabei sind digitale Kanäle weiterhin "unbekannte" Kanäle, die nicht richtig verstanden werden.
Sozialverhalten	Online ist das gleiche wie Offline. Man fühlt sich in beiden "Welten" verbunden und befreundet.	Online ist etwas anderes als Offline. Das Internet wird für spezielle persönliche Themen genutzt. Die digitale Welt dient als add-on zum normalen Leben.
Mediennutzungs-gründe	Immerzu online, sozial verbunden und gut informiert.	Online ist eine Entscheidung im Sinne eines Ziels und kein Begleiter.
Mediennutzungs-verhalten	Early adopters, die alles ausprobieren, und in Netzwerken arbeiten . Digitale Medien gehören zum Leben dazu. Kommunikation wird zum Grundbedürfnis .	E-Mails und Informationssuche stehen im Vordergrund bei der Nutzung digitaler Medien.

Vgl.: Molenaar, Cor (2010). Shopping 3.0. Shopping, the internet or both. Farnham, Surrey: Gower Publishers, S. 15.

4. HERAUSFORDERUNG: POST-WACHSTUM

Konsum war bislang der Motor des Wirtschaftswachstums. Doch gibt es Anzeichen für die Ablösung der Dominanz des rein quantitativen Wachstums.

Soziale und ökologische Aspekte haben dabei zunehmend Einfluss auf Organisationen.



WETTBEWERBERSTRUKTUR ÄNDERT SICH

"Wir haben viele Kunden, aber wir wissen nicht so viel über die, wie wir sollten". (Media-Saturn-Chef Pieter Haas)

Google & Co. Haben zwar keine physischen Produkte, aber dafür das Wissen über die Kundenwünsche.



Media Saturn Testmarkt, Ingolstadt

DIGITALISIERUNG ALS HERAUSFORDERUNG

Das Marktvolumen im Online-Handel steigt weiter, allerdings mit leicht abnehmender Wachstumsrate.



WETTBEWERBERSTRUKTUR ÄNDERT SICH

Digitale Unternehmen können über die Kenntnis von Kundenwünschen einfach neue Produkte entwickeln.

Jeden Monat besuchen 55% der deutschen Verbraucher die Website von Amazon. Niemand weiß mehr über das Käuferverhalten als der Onlinehändler.



So steigt Amazon seit einiger Zeit in die Online-Werbevermarktung ein. Amazon verfügt überdetaillierte Kundenprofile und weiss so was Menschen suchen, die eine konkrete Kaufabsicht haben.



Saturn, MEdia Markt und Redcoon verzeichnen auf ihren Online-Seiten täglich über bis zu zehn Millionen Kundenkontakte.

(Foto: picture alliance / dpa)

Donnerstag, 02. Februar 2017

Neues Geschäftsfeld

Metro-Tochter will Kundendaten vergolden

Dedooon gehören - mit Millionen von Kunden Eine Daten-Goldgrube

Der Metro-Konzern spaltet sich auf. Ceconomy soll dabei Nachfolger des Handelsriesen werden, zu dem etwa die Elektronikhändler Media Markt, Saturn und deren Onlinetochter

SUMMARY "NEUE VS. ALTE WELT"

Gerade die Digitalisierung erfordert es von Unternehmen seine Funktionen und Kompetenzen weiter zu fassen.

	NACHZÜGLER UNTER DEN ETABLIERTEN UNTERNEHMEN	VORREITER UNTER DEN ETABLIERTEN UNTERNEHMEN	REIN DIGITALE ANBIETER
Häufigkeit neuer Produktreleases	> halbjährlich	< monatlich	< täglich
Zeit für die Entscheidungsfindung	< 100 Stunden	< 1 Tag	< 1 Minute
Anteil der Prozessschritte	< 1%	> 30%	> 99%
Wahrnehmung des Kundenerlebnisses	Funktional	Intuitiv	Essentiell
Üblicher OPEX-Anteil	>80%	< 60%	< 30%
Anteil (geeigneter) Projekte, die agile Methoden nutzen	< 5%	> 60%	100%
Zeit der Integration in Bestandssysteme	Monate	Tage, über Mid-Tier-Ebene	Sofort, Plug & Play
Anteil der Verkäufe über digitale Kanäle	< 10%	> 40%	100%
Anzahl manueller Interventionen	Die Norm	Immer weniger	Die Ausnahme
Anzahl der Analytics-Experten	Keine	> 30	> 100
nnovationsstrategie	Keine	Einige Labs	Bestandteil der Kultur

Quelle: Oliver Wyman-Analyse

AGENDA

- 1 EINFLÜSSE VON DIGITALISIERUNG
- 2 DIGITALISIERUNG ALS HERAUSFORDERUNG FÜR UNTERNEHMEN
- 3 CASE
- 4 FRAGEN

AGENDA

- 1 EINFLÜSSE VON DIGITALISIERUNG
- 2 DIGITALISIERUNG ALS HERAUSFORDERUNG FÜR UNTERNEHMEN
- 3 CAS
- 4 FRAGEN



SVALUE

Stefan Sautmann Piusallee 12a 48147 Münster

mobil: + 49 (0) 172 53 77 0 99

stefan.sautmann@svalue.de www.svalue.de

Alle dargestellten Informationen sind Eigentum des Autors. Eine Veröffentlichung und Nutzung, auch auszugsweise, ist nur nach Rücksprache mit der svalue gestattet.