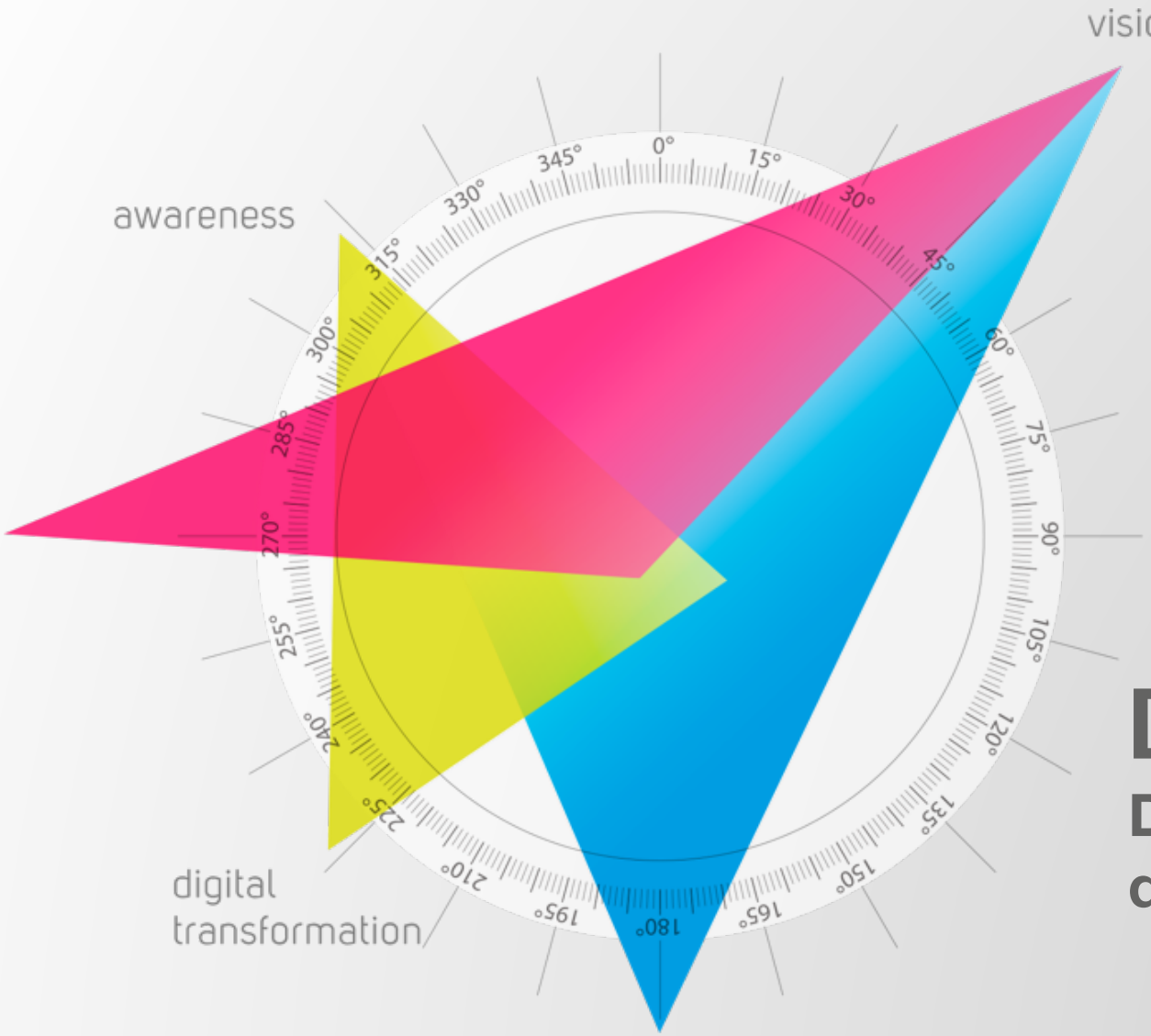


Dematerialisierung

Die Neuverteilung der Welt in Zeiten des digitalen Darwinismus

Executive Summary 2017

neuland
digital vision & transformation

Digitaler Darwinismus

Der stille Angriff auf Ihr Geschäftsmodell und Ihre Marke

Adapt or die“ – wenn sich Technologie und Gesellschaft schneller verändern, als sich Unternehmen darauf einstellen, kommt es zum Aussterben so brutal wie in der Evolution.

Begonnen hat es mit Unternehmen, wie Kodak und Neckermann, die den digitalen Wandel schlicht verschlafen oder zu spät erkannt haben, wie dramatisch und schnell sich neue Technologien und das Kundenverhalten verändern haben.

„Digitaler Darwinismus entsteht, wenn sich Technologien und die Gesellschaft schneller verändern als die Fähigkeit von Unternehmen, sich an diese Veränderungen anzupassen.“

Umfassender als jeder Technologiesprung zuvor greift die digitale Revolution in alle Lebensbereiche ein, und zwar nicht über Jahrzehnte hinweg, sondern innerhalb von wenigen Jahren.

Als unsere Vorfahren Mitte des 18. Jahrhunderts die erste industrielle Revolution, also die Einführung der Mechanisierung durch Wasser- und Dampfkraft, miterlebten, hatte dies u.a. die Entstehung der Mittelschicht und Demokratie zur Folge. Die **sozialen**, die **politischen** sowie die **ökonomischen Rahmenbedingungen** wurden radikal verändert.

Während es im ersten Zeitalter der Maschinen, der industriellen Revolution, ab Ende des 18. Jahrhunderts vorrangig darum ging menschliche Muskelkraft durch mechanische Kraft zu ersetzen, brauchte es damals immer noch Menschen für die Entwicklung, Bedienung und Kontrolle der Maschinen. Mensch und Maschine waren komplementär.

Ganz anders in der neuen, “digitalen Revolution”. Durch die Fortschritte in der Erforschung der künstlichen Intelligenz lernen Maschinen eigenständig. Sie können somit mehr und mehr kognitive Aufgaben schneller, besser und günstiger als Menschen übernehmen und ersetzen folglich in bisher ungeahntem Ausmaß humane Arbeit.

Noch dazu in einem rasanten Tempo. Technologische Quantensprünge erfolgen in beachtlich kurzen Zeiträumen, weil sich gemäß des sogenannten „Moor’schen Gesetzes“ die Rechenleistung von Computerchips seit 1958 etwa alle 18 Monate verdoppelt.

Heute verfügt jedes iPhone über mehr Rechenleistung als der schnellste, 100 Millionen Dollar teure Supercomputer vor 30 Jahren.

 © 2017 neuland

Digitalisierung

Die Drei Grundprinzipien

„Alles, was digitalisiert und in Datensätze verwandelt werden kann, wird digitalisiert und in Datensätze verwandelt werden!“

Wir leben in einer Zeit, in der Technologien aus Science Fiction-Filmen, wie der Tricorder aus Star-Trek, den Apple schon geraume Zeit iPhone nennt, längst Realität geworden ist.

Selbstverständlich sind für uns heute intelligent vernetzte Eigenheime, die den Energiehaushalt selbständig regeln. Das autonom fahrende Auto, der 3D-Drucker, der ganze Häuser druckt und Industrieroboter, die durch Gestenführung programmiert werden, sind greifbar.

Diese Entwicklungen haben zu einer schnellen und radikalen Veränderung der ökonomischen, politischen und sozialen Rahmenbedingungen geführt, deren Folgen wir heute in Gänze noch gar nicht einschätzen und bewerten können.

„Alles, was vernetzt werden kann, wird auch vernetzt werden!“

Für Unternehmen stellt sich die Frage, wie sie auf diese völlig veränderten Rahmenbedingungen reagieren müssen. Wie sieht für sie die digitale Transformation aus.

Eines ist sicher: Jedes Unternehmen ist von den Folgen der Digitalisierung und der damit einhergehenden Dematerialisierung betroffen.

In unseren Büchern, Vorträgen und mit meinem neuland Team biete ich Unternehmen Orientierungshilfe und begleite sie dabei nicht nur die Risiken zu erkennen, sondern vor allem die Chancen der digitalen Transformation zu nutzen.

Digitally yours,

Karl-Heinz Land
Digitaler Darwinist und Evangelist

„Alles, was automatisiert werden kann, wird auch automatisiert werden!“

© 2017 neuland

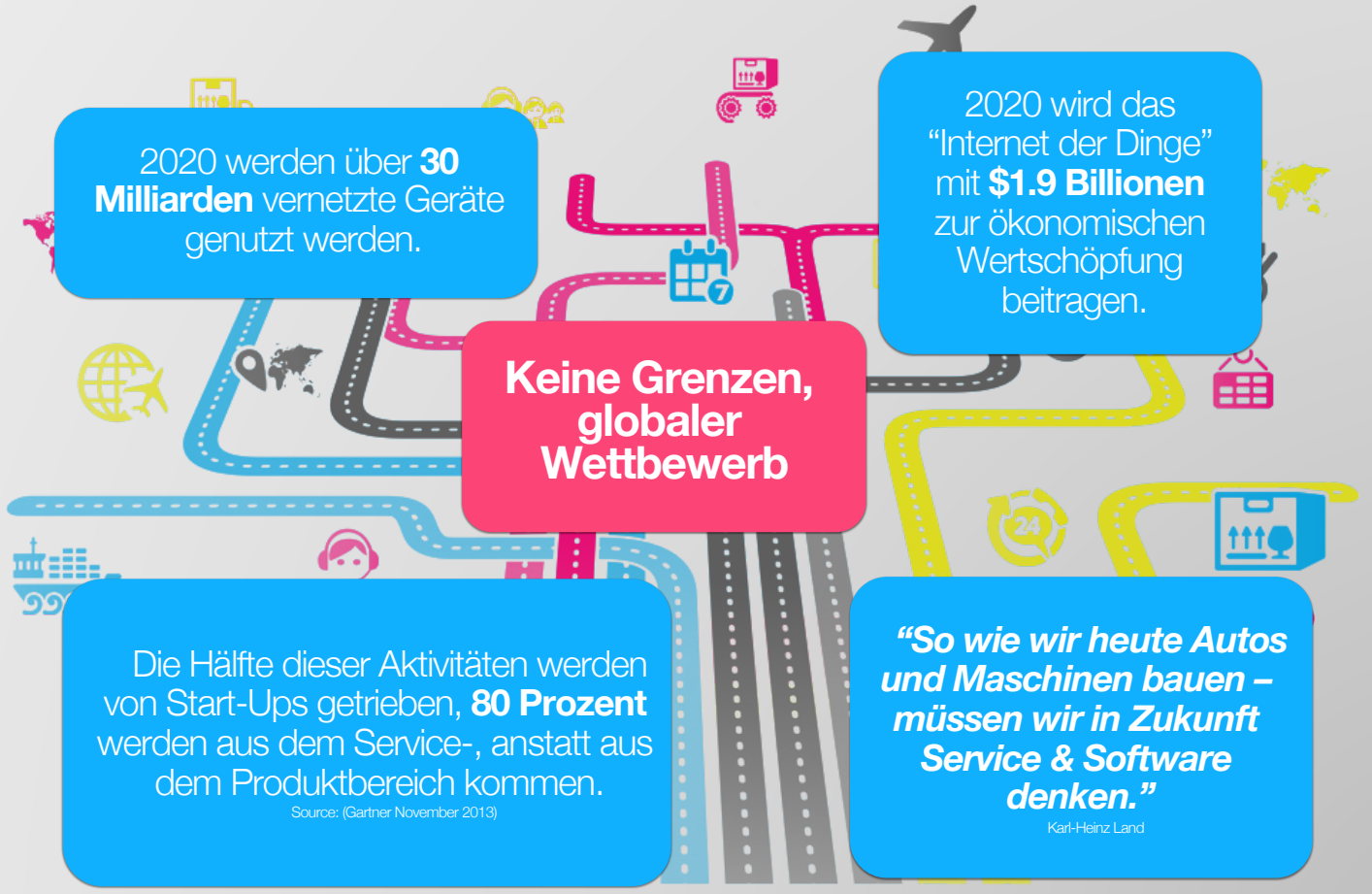
Das Netz ist die neue Infrastruktur

Das Internet der Dinge ist eigentlich gar kein Internet der Dinge, sondern ein **Internet der Services**.

Es ist die Infrastruktur, die die Prosperität und den Wohlstand von morgen definieren wird.

Bereits 2020 werden 30 Milliarden Dinge miteinander sprechen, $1,9 Billionen Wertschöpfung, 80% werden Software und Service sein.

Wer also an den 1,9 Billionen partizipieren will, muss heute in Software und in Service denken.



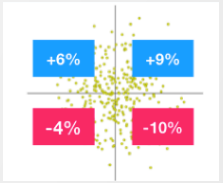
 © 2017 neuland

Verpassen deutsche Unternehmen die Chance der digitalen Welt?

Umsatz

Unternehmen mit höherer digitalen Intensität beziehen mehr Einnahmen als ihren physischen Anlagen

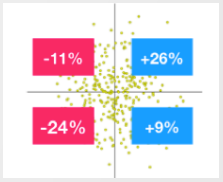
- Einnahme pro Angestellter
- Anlagevermögen Umsatz (Einnahmen / Immobilien / Werke & Gerätschaften)



Profitabilität

Unternehmen mit intensiverem Transformationsmanagement sind profitabler

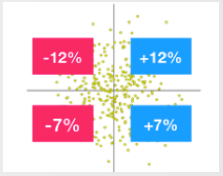
- EBIT-Marge
- Nettoumsatzrendite



Unternehmenswert

Unternehmen mit intensiverem Transformationsmanagement erreichen höhere Unternehmensbewertungen

- Marktwert
- Buchrelation



Quelle: MIT-Sloan- Studie „The Digital Advantage“

Die digitalen Innovatoren sind in traditionelle Märkte wie Handel, Gesundheits- oder Finanzwesen als Disruptoren eingebrochen und hebeln mit ihren Geschäftsmodellen bisherige Marktgesetze aus.

„digital clever“ agierende Unternehmen – so die weltweite, branchenübergreifende MIT-Sloan-Studie „The Digital Advantage“ (2012) mit 400 beteiligten Unternehmen – generieren mehr Umsatz (+ 9%), sind deutlich profitabler (+ 26%) und haben einen höheren Firmenwert (im Schnitt 12%).

Diese Vorreiter haben sich bereits mental, organisatorisch und technologisch darauf eingestellt, den „Digitalen Darwinismus“ zu überleben, denn um nichts Geringeres geht es momentan. Jene Unternehmen aber, die jetzt den Anschluss verpassen, werden den Rückstand nicht mehr aufholen und riskieren den Untergang.

Die digitale Dynamik führt dazu, dass Unternehmen auf die Entwicklungen einer digitalisierten Welt in einer nicht dagewesenen Geschwindigkeit reagieren müssen, indem sie ihre klassischen Geschäftsmodelle und -prozesse, sowie die Interaktion mit Kunden neu denken.

Ein Blick auf den „Digital Readiness Index“ (DRI), den wir als Transformationsberatung neuland entwickelt haben, macht den digitalen Reifegrad einzelner Branchen deutlich.

Die Automobilbranche sowie der Handel, insbesondere im Bereich Mode, haben den Wandel recht weit vorangetrieben. Hier sind Unternehmen sehr nah am neuen Lifestyle und kommunizieren sehr viel mit dem Kunden.

Weniger gut abgeschnitten haben beispielsweise Unternehmen aus der Pharmaindustrie aber auch einige der Energieversorger. Hier merkt man sehr deutlich, dass diese Branchen wenig Kundenkontakt hatten und haben.

Download DRI-Executive Summary
http://www.neuland.digital/ressourcen-2/

© 2017 neuland

Die Digitalisierung hat das Konsumentenverhalten verändert.

Konkretisierung der neuen Erwartungen auf Kundenseite

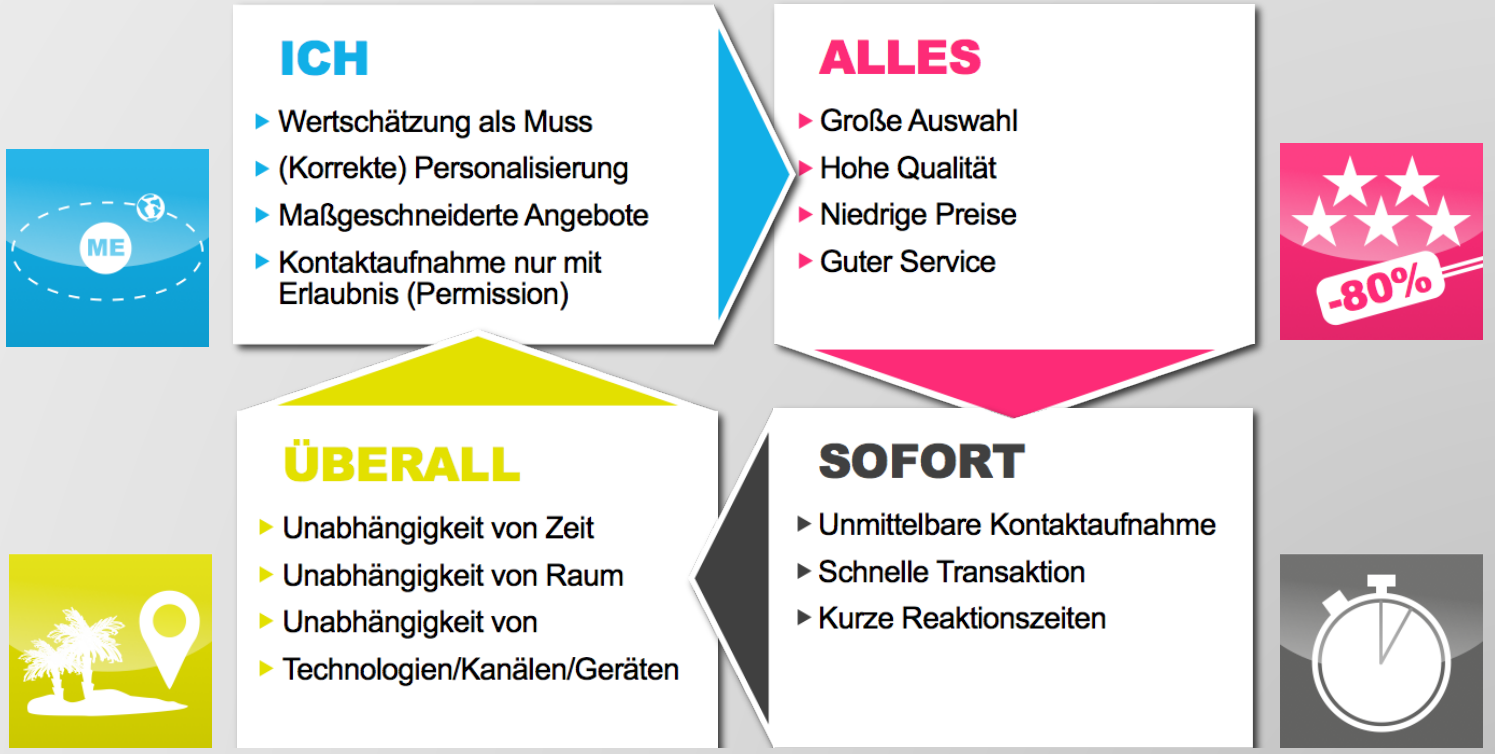
Vier Milliarden Smartphones ermuntern immer mehr Konsumenten zu einer **„Alles-sofort-überall-Mentalität“.**

Stetig neue, disruptive Technologien erhöhen die Kundenbindung durch lokale, mobile und personalisierte Services.

Nur wer sich auf die neuen Kundenpräferenzen dieser „Instant-Gesellschaft“ fokussiert, schnelle und offene Prozesse etabliert sowie genaue Profile der „wertvollsten“ Kunden erstellt und vertrauensvoll nutzt, kann einen personalisierten Service leisten und Kundenloyalität erwarten.

Diese Herausforderung ist zugleich auch die Chance, durch maßgeschneiderten Customer Advantage, mit einem einzigartigen Kundenvorteil, auf dem Markt herauszustechen.

Existenziell ist hierbei, das Vertrauen der Kunden zu gewinnen und zu respektieren, da dieses im Falle von Missbrauch schnell verspielt ist. Das Vertrauen des Kunden wird also zur nächsten Währung, die im digitalen Zeitalter eine wichtige Rolle spielt.



 © 2017 neuland

„App-Economy“

Mobile Software ersetzt alles was wir schreiben, tragen, berühren

Der Konsument ist immer online, auch dann wenn Unternehmen versuchen ihre Zielgruppe über das abendliche Fernsehprogramm zu erreichen.

Mehr als Dreiviertel derjenigen, die TV gucken, nutzen parallel das Internet.

Diese Tatsache bietet Herausforderungen aber auch neue Chancen für die Unternehmen. Die Verschmelzung von Fernsehen und Internet zum interaktiven Social TV beispielsweise, ermöglicht eine neue Käuferwelt, kreiert neue Geschäftsmodelle und Interaktionsmöglichkeiten mit dem Kunden.

Produkte stehen orts- und zeitunabhängig in jeglicher Auswahl online zur Verfügung. Kaufimpulse können, egal ob über on- oder offline Kanäle getriggert und zur jeder Zeit befriedigt werden.

Diese Digitalisierung hat altbekannte Rahmen und Verhalten verändert.

Es wurden aber nicht nur Daten (zum Beispiel über den Kunden) und Prozesse (wie Beratung, Verkauf, Zahlungsprozesse) zunehmend digitalisiert und damit mobil verfügbar gemacht. Auch physisch bereitgestellte Produkte verlieren ihre Körperlichkeit.

Welche nachhaltigen Auswirkungen die Dematerialisierung auf ganze Branchen haben kann, hat sich deutlich an der Musik- und Zeitungsbranche, gezeigt, in die der Dar-winismus bereits sehr früh seine Spuren hinterlassen hat.

Die neuen erfolgreichen Player sind Software only.

Diese haben gar keine Assets mehr, sondern lediglich Softwareplattformen, auf denen Angebot und Nachfrage geregelt werden.

Und es geht immer weiter:Jetzt dematerialisieren auch die anderen Dinge: Der Schlüssel, der Ausweis, das Geld, Kreditkarte, Kinotickets, Zugtickets, Flugticket, Münzen aber auch der Schlüssel sind zur App geworden.

© 2017 neuland

Dematerialisierung gesamter Wertschöpfungsketten

Was geschieht, wenn etwas zur App wird?

Die komplette Wertschöpfung verändert sich.

Ein Beispiel:
Wenn der Schlüssel zur App wird, entfällt die Produktion der Schlüssel. Brauchen wir keine Schlüsselproduktion mehr, dann fällt auch die Produktion der Maschinen, auf denen die Schüssel produziert wurden, weg.

Damit fallen dann auch die Maschinen, die die Teile für die Maschinen zur Schlüsselproduktion produziert haben, weg.

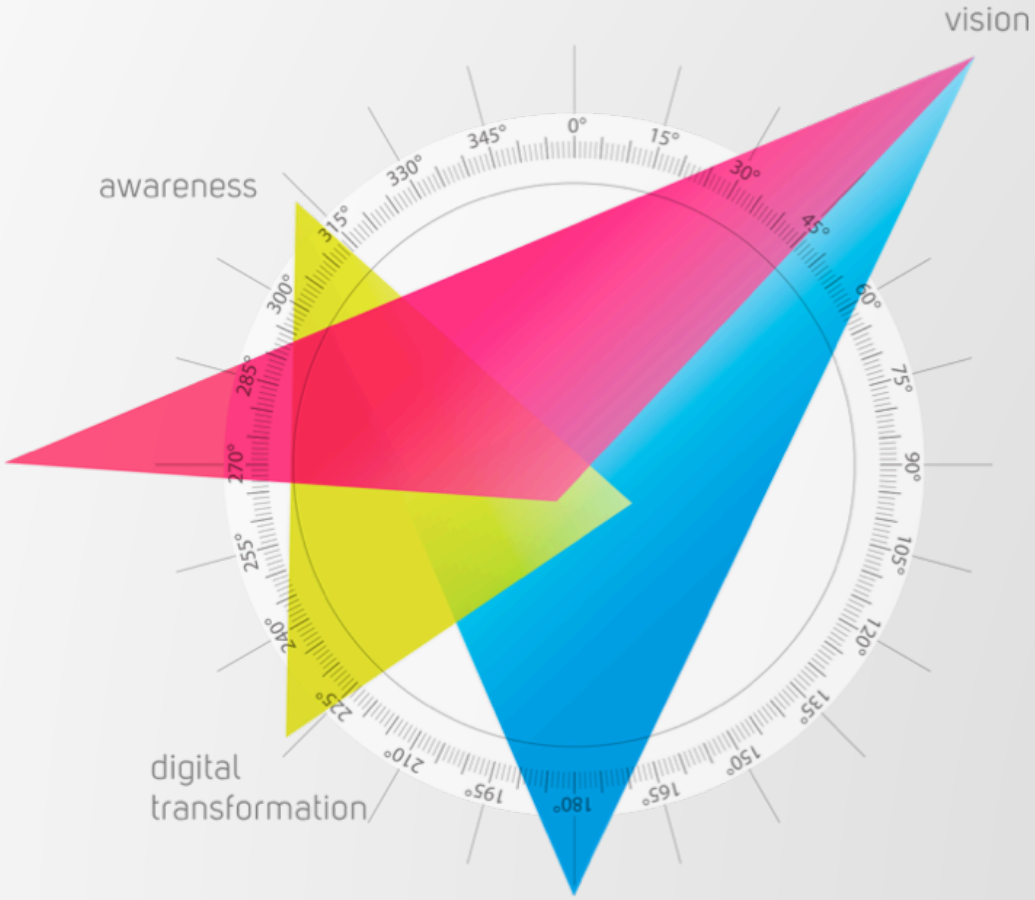
Es entfallen Versand und Verteilung. Und letztendlich natürlich auch Arbeitsplätze.

Das ist Dematerialisierung!

© 2017 neuland

Digitale Orientierung

Unternehmen müssen neue digitale Fähigkeiten erlangen, um ihr Geschäft zukunftsfähig zu gestalten.



Die Digitalisierung unserer Gesellschaft hat weitreichende Auswirkungen. Da sich das Verhalten der Individuen ob in der Rolle als Interessent, Kunde, Mitarbeiter, Manager, Kooperationspartner, Multiplikator etc. geändert hat, betrifft die Digitalisierung alle wesentlichen Parameter des unternehmerischen Handelns und damit die Wertschöpfung und Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen.

Es geht bei der digitalen Transformation eines Unternehmens beileibe nicht nur um eine verändernde Unternehmenskommunikation. Sie betrifft sämtliche Funktionsbereiche von Service über Innovationsmanagement bis hin zum Personal.

Es betrifft und durchdringt das ganze Unternehmen. Ein weiterer wesentlicher Faktor ist die Dringlichkeit des Handelns.

Das einzige, was Unternehmen nicht haben, ist Zeit. Alle anderen Ressourcen sind zumeist ausreichend vorhanden. Dafür muss zunächst eine Vision entwickelt werden.

„Was der Kompass für die Schifffahrt ist, ist die Vision für das Unternehmen.“

© 2017 neuland

Damit Unternehmen nur die richtigen Dinge tun.

Die wichtigsten Fragen, die wir mit Ihnen für Ihre erfolgreiche digitale Transformation beantworten.

Digitales Geschäftsmodell

Wie kann ein Unternehmen von den **digitalen Chancen** profitieren?

Wie sieht der passende **digitale Fingerabdruck** aus?

Welche **Produkte & Services** liefern die notwendigen Innovationsimpulse?

Strategie und Vision

Relevanz

Welche Relevanz hat die Marke und das Angebot von einem Unternehmen in der digitalen Welt?

Wer und wo ist der **Wettbewerb von morgen**?

Marke

Umsatz & Gewinn

Wie kann ein Unternehmen die Möglichkeiten der Digitalisierung nutzen, um gezielt **neuen Sales** zu generieren?

Wie kann die Organisation der **Effizienz digitaler Wertschöpfung** nutzen? Innovationsimpulse?

Organisation & Prozesse

 © 2017 neuland

Karl-Heinz Land

Digitaler Darwinist & Evangelist

neuland
digital vision & transformation

Im Mediapark 5
50670 Köln
+49 221 999697-30
hello@neuland.digital

Seine Kreativität und das „Denken ohne Limits“ haben Karl-Heinz Land zum Vordenker der Digitalen Revolution gemacht. Er erkennt und beschreibt Zusammenhänge, wo die meisten anderen sie noch nicht einmal vermuten. Er glaubt fest an die Kraft der passenden Vision zur Ausrichtung von Unternehmen in der digitalen Revolution.

Als Träger des Technology Pioneer Awards des World Economic Forums in Davos und als erfahrener Top-Manager kennt er die Bedeutung von klaren Commitments und der Kraft einer Vision.

Eine Vision macht für ihn den entscheidenden Unterschied. Davon sind Denken und Handeln von Karl-Heinz Land geprägt.

Damit blickt er auf die dritte ökonomische Revolution, in der wir uns befinden:
Die digitale Revolution!

Mit seinen Auftritten hat er einen wesentlichen Anteil daran, dass international agierende Konzerne und große mittelständische Unternehmen damit begonnen haben, sich mit der Digitalisierung und deren Folgen intensiv auseinanderzusetzen und zu handeln.

Mit seinem neuland Team steuert er Unternehmen erfolgreich durch ihre digitale Transformation.

 © 2017 neuland