Effizienzoffensive durch digitale Transformation

trendreport.de/effizienzoffensive-durch-digitale-transformation/

September 20, 2022

Geopolitische Krisen und gesellschaftlicher Wandel prägen die aktuell turbulenten Zeiten und das hohe Maß an Unsicherheit erschwert zukünftige Entscheidungsfindungen bei Unternehmen. Es scheint, als sei der Dauerkrisenmodus zur neuen Realität geworden. Effizienzsteigerungen und Kosteneinsparungen müssen nun in den Fokus rücken. Die digitale Transformation ist hierbei ein Schlüsselelement, schreibt Markus Fost.

Geopolitische Krisen und gesellschaftlicher Wandel – Unternehmen in turbulenten Zeiten mit hoher Unsicherheit

Der Krisenmodus wird zur neuen Realität. Ukraine-Krieg, Energie-Krise, Supply-Chain-Krise, Inflation und der Klimawandel sind die derzeit prägenden Schlagworte. Kein hoffnungsvoller Zustand, hatte man sich doch nach der Corona-Pandemie und den verordneten Lockdowns auf eine Erholungsphase eingestellt. Nicht nur die aktuellen Krisenherde sind eine Herausforderung, auch die Gesellschaft befindet sich im Zeitgeist des Wandels und bürgt Unternehmen weitere Ansprüche auf. Neue Arbeitsformen und New Work setzen sich durch, der Fachkräftemangel weitet sich aus und der Nachhaltigkeitsanspruch der Konsumenten fordert Unternehmen zu teils starken Veränderungen in der Wertschöpfungskette.

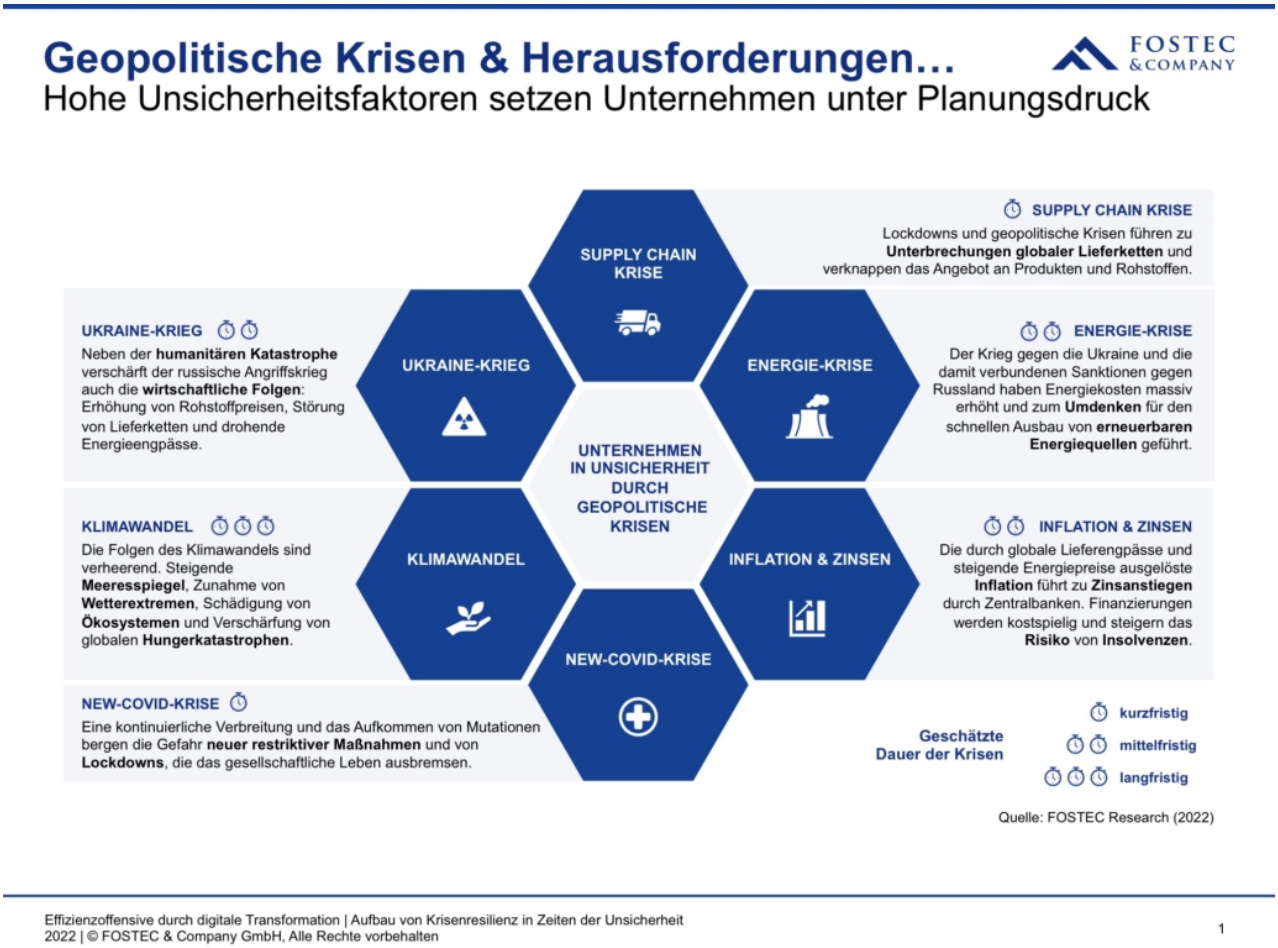

Abbildung 1: Turbulente Zeiten – Unternehmen in Unsicherheit

Die globale Wirtschaftslage kühlt sich ab – Implikationen für Unternehmen und Verbraucher

Die Wachstumsaussichten sind flächendeckend negativ. Kontinuierlich passen Wirtschaftsinstitute ihre Prognosen nach unten an. Getrieben von steigenden Energiekosten und einem verknappten Angebot an Vorprodukten und Gütern durch gestörte Lieferketten, erreicht die Inflation immer neue Höchststände. Vor dem Hintergrund von mehr als zwei Jahren Corona und eingeschränkten Möglichkeiten für Konsum, Freizeit und Reisen, entlädt sich nun die aufgestaute Nachfrage, die nur schwer bedient werden kann. Steigende Energiekosten und die zunehmende Gefahr eines Gaslieferstopps durch Russland zwingen Unternehmen auf alternative Energieformen zu wechseln, was kurzfristig Investitionskapital bedarf.

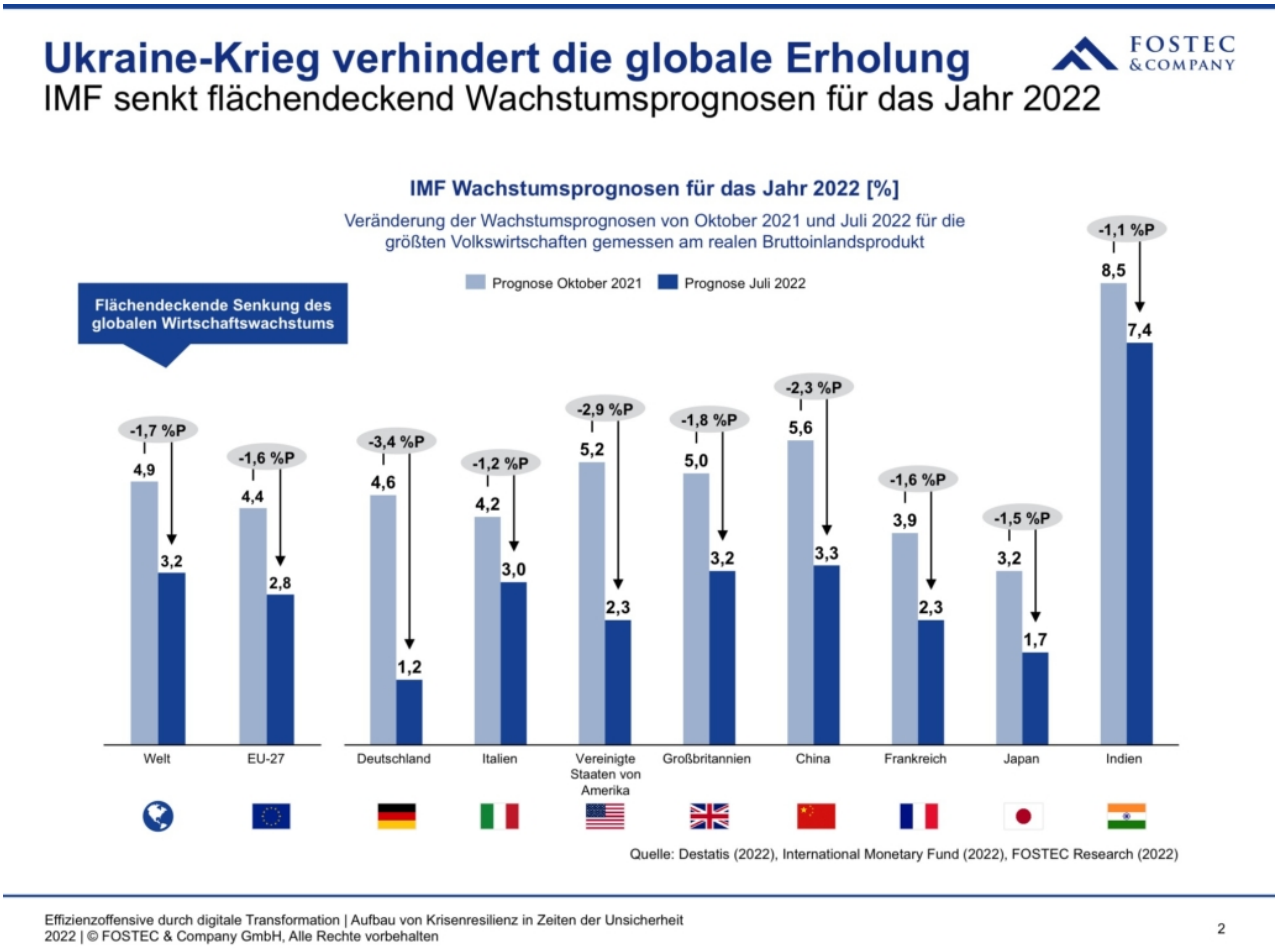

Abbildung 2: IMF Wachstumsprognosen für das Jahr 2022

Das Inflationsthema treibt auch das Zinsniveau. Zentralbanken versuchen mit dem Instrument erhöhter Zinsen die Inflation einzudämmen. Auf europäischer Ebene ist kürzlich der erste Zinsschritt erfolgt und auch die US-amerikanische Federal Reserve hat bereits deutliche Zinserhöhungen vorgenommen. Allein die Ankündigung einer Trendumkehr hat die Aktienmarktkurse von wachstumsorientierten Aktien um mehr als 30% einbrechen lassen. Auch Bauinvestitionen haben stark abgenommen. Kapital kostet nun wieder Geld und die Zeit der irrationalen Übertreibungen ist vorbei. Vergessen werden darf dabei nicht, dass die Corona-Pandemie noch nicht ausgestanden ist und die Verbreitung sowie das Aufkommen von Mutationen die Gefahr neuer restriktiver Maßnahmen auslösen können, die das gesellschaftliche Leben wieder stark ausbremsen können.

Abbildung 3: Implikationen für Unternehmen durch Krisen und Wandel

Die Notwendigkeit – Effizienz und Wachstum durch digitale Transformation

Effizienzsteigerungen und Kosteneinsparungen müssen nun in den Fokus rücken, um die aktuelle Krisenphase zu überstehen und gestärkt in die hoffentlich bald aufkommende Wachstumsphase zu starten. Digitalisierung ist dabei ein Schlüsselelement und darf keineswegs als Luxusgut für Zeiten des Wachstums angesehen werden. Digitalisierung kann maßgeblich dabei helfen, die gesamte Wertschöpfungskette eines Unternehmens deutlich zu automatisieren, effizienter und transparenter zu machen. Eine Vielzahl an Tools kann analoge und zeitintensive Tätigkeiten automatisieren und dies ist in nahezu allen Wertschöpfungsphasen möglich.

Die Frage ist, wie man am sinnvollsten dabei vorgeht. Ausgangspunkt für eine Effizienzoffensive durch digitale Transformation ist ein Digital Health Check, um in kurzer Zeit einen Einblick in den digitalen Reifegrad zu erhalten und Quick Wins zur sofortigen Umsetzung abzuleiten. In einem zweiten Schritt werden einzelne Prozesse der Wertschöpfungskette intensiv analysiert und Optimierungen ausgearbeitet. Ist die Effizienzoffensive als Basis gelegt, kann der Fokus auf Wachstumsinitiativen gelegt werden. Die Neuausrichtung bzw. Ergänzung des bisherigen Geschäftsmodells in Richtung Plattform-Geschäftsmodell ist dabei eine Option. Ergänzend besichert und stärkt eine E-Commerce Distributionsstrategie die Position im Gesamtmarkt. Erforderlich ist dies aufgrund der kontinuierlichen Verschiebung des Marktvolumens von Offline- hinzu

Online-Kanälen. Neue agile Online-Spieler nehmen dabei etablierten Anbietern kontinuierlich Marktanteile ab. Um Kunden optimaler zu bedienen – sowohl im B2C als auch B2B Segment – eignet sich die Etablierung eines Digital Sales Center.

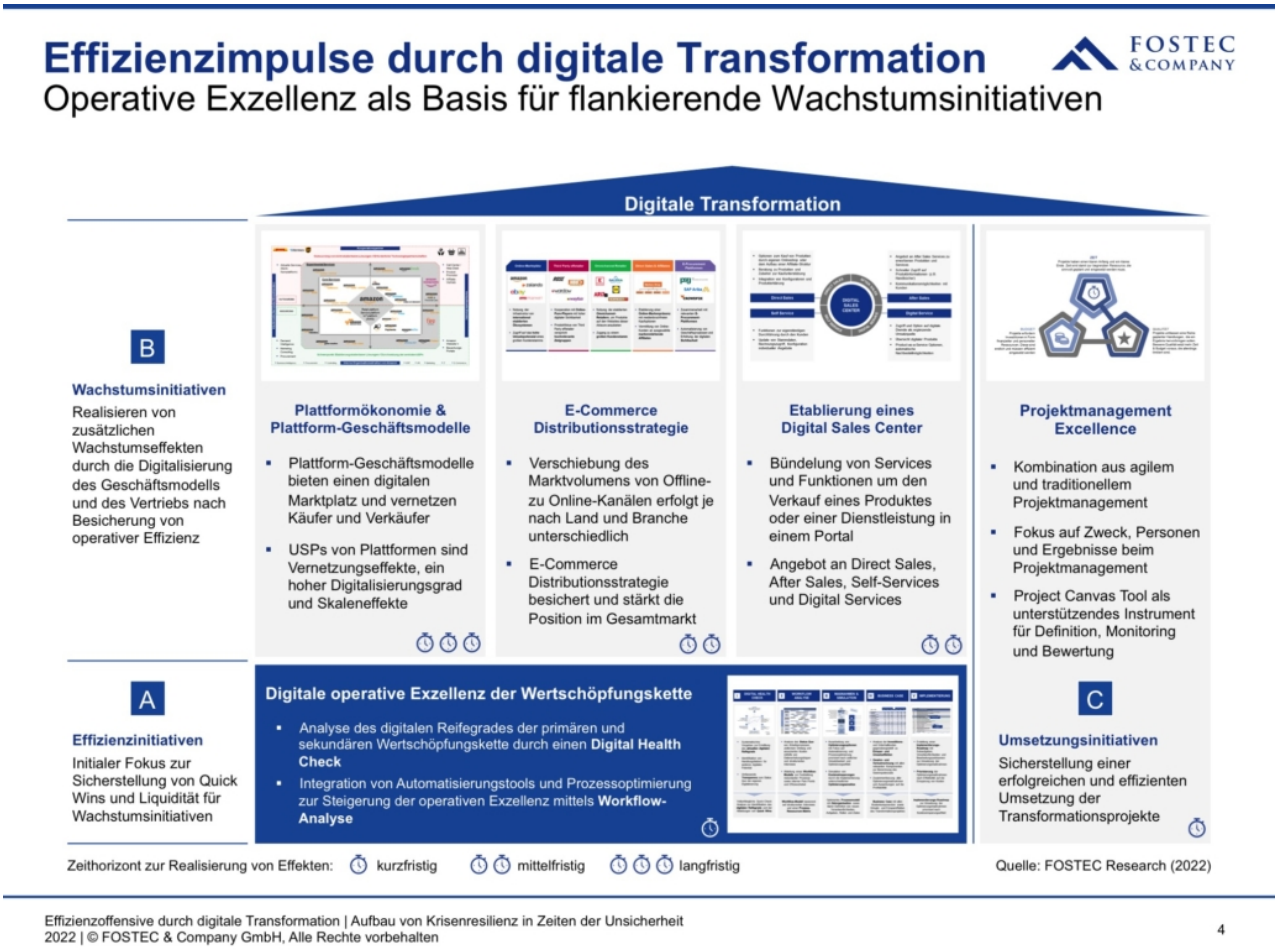

Abbildung 4: Effizienzimpulse durch digitale Transformation

Sowohl Effizienz- als auch Wachstumsinitiativen leiten starke Veränderungen im Unternehmen ein, die durch Projekte umgesetzt werden. Projekte stehen dabei immer im Zielkonflikt von Zeit, Geld und Qualität. Zusätzlich unterliegen sie zahlreichen Gefährdungsfaktoren, worunter auch ein schlechtes oder mangelndes Projektmanagement anzutreffen ist. Besonders vor diesem Hintergrund und der Tatsache, dass weltweit nur 35% aller Projekte erfolgreich sind, sollte der Fokus auf ein qualifiziertes und strukturiertes Projektmanagement gelegt werden. Ein qualifiziertes Projektmanagement stellt sicher, dass das Ergebnis einen Mehrwert für das Unternehmen liefert und zur Besicherung der Zukunft beiträgt.

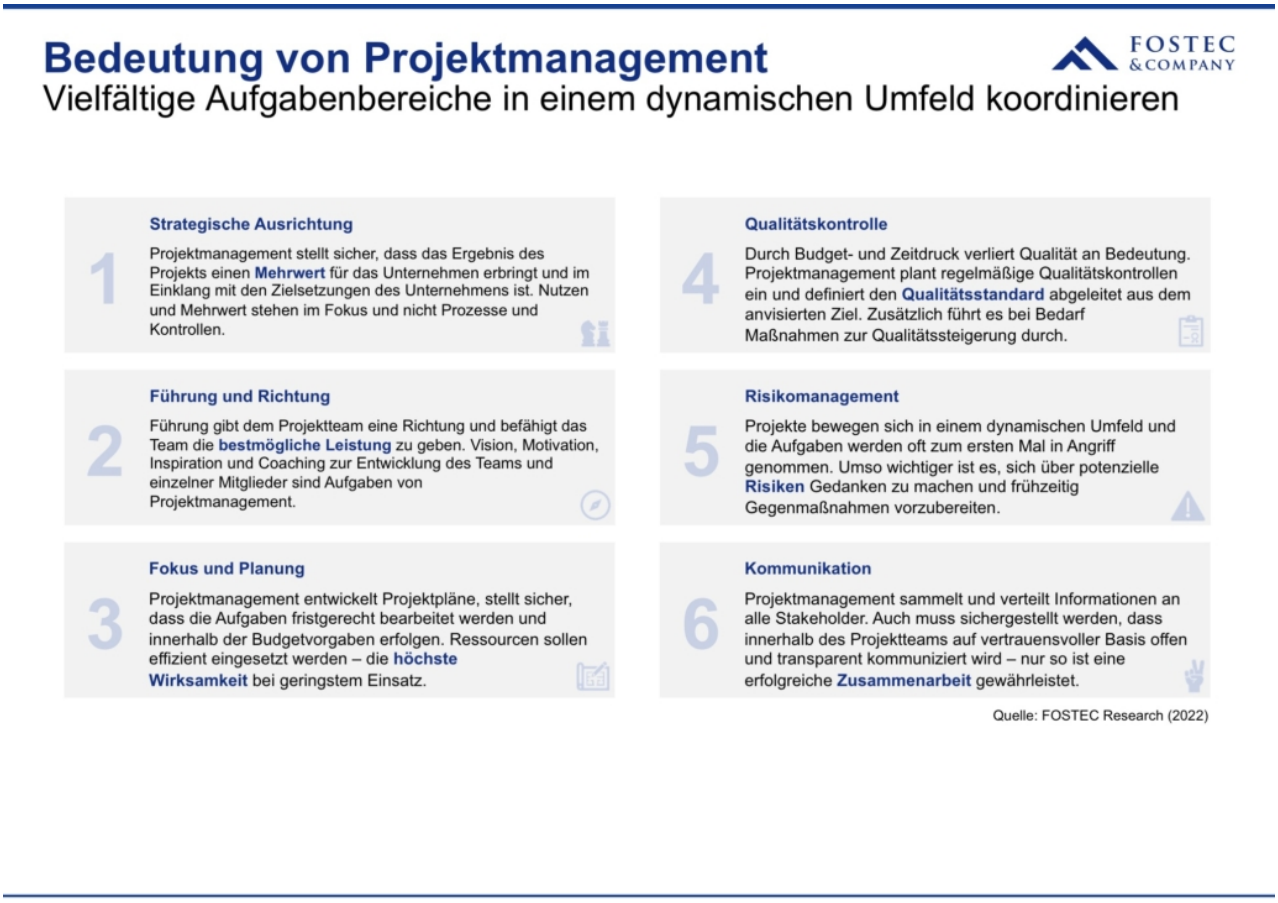

Abbildung 5: Bedeutung von Projektmanagement

Über den Autor:

Markus Fost, MBA, ist Experte für E-Commerce, Online Geschäftsmodelle und Digitale Transformation mit einer breiten Erfahrung in den Feldern Strategie, Organisation, Corporate Finance und der operativen Restrukturierung. Seine Projektthemen erstrecken sich von der Entwicklung bis hin zur Umsetzung von E-Commerce Strategien für Markenhersteller und den Handel. Zu seinen Kunden zählen multinationale Konzerne und mittelständische Unternehmen mit einem breiten Branchenumfeld: Automotive, Bauwirtschaft, Fashion, Industrie- und Konsumgüter, Handel und Medien.