

DIGITAL BOOTCAMP

Willkommen im Digital Bootcamp!

Wenn Sie digitale Prozesse und Vorteile nicht nur nutzen, sondern auch verstehen und vorausdenken möchtest, dann sind Sie hier genau richtig. Gerade die letzten Monate haben gezeigt, in wie vielen Bereichen – privat wie wirtschaftlich – das digitale Potential noch nicht ausgeschöpft wird. Sie haben aber auch gezeigt, wie viel geht, wenn es gehen muss. Und wenn man an der Corona-Pandemie überhaupt etwas Gutes finden wollte, dann hätte das sicher mit Digitalisierung zu tun.

Mit dem Digital Bootcamp wollen wir dafür sorgen, den gerade entstandenen Digitalisierungsschwung nicht wieder zu verlieren, sondern ihn durch regelmäßige Auseinandersetzung mit dem Thema Digitalisierung weiter anzuschubsen. In dieser und den kommenden Ausgaben werden wir Gedanken und Konzepte aus der Digitalisierung und Geschäftsmodelle vorstellen, die einfach und schnell anwendbar sind. Wir werden uns mit Begrifflichkeiten, Konzepten, Tools und Techniken beschäftigen und zeigen, wo wir den digitalen Hebel ansetzen können.

Digitalisierung und die damit einhergehende Veränderung von Geschäftsmodellen betrifft heute jeden Unternehmensbereich, jede Branche und jedes Business.

Falls Sie sich noch intensiver mit der Digitalisierungsstrategie für Ihr Unternehmen auseinandersetzen möchten oder direkt ein Digitalisierungsprojekt anstoßen wollen, entscheiden Sie sich für die Weiterbildung zum / zur DIGITALISIERUNGSMANAGER/IN (DIA):

www.dia.de/digitalisierungsmanager

„Gestalten Sie die digitale Transformation – wir begleiten Sie dabei und sorgen für das nötige Know-how!“

FOMO, Frenemy & Moonshot: Drei digitale Leitgedanken.

Wer die digitale Transformation mitgehen oder sogar mitgestalten will, sollte natürlich mit wichtigen Begrifflichkeiten und Konzepten vertraut sein. In der ersten Runde des Digital Bootcamps geht es um die drei digitalen Leitgedanken FOMO, Frenemy und Moonshot.

FOMO = Fear of missing out

Eigentlich handelt es sich bei FOMO um ein psychologisches Phänomen. Denn die Angst etwas zu verpassen, ist nicht zwingend auf Digitalisierung begrenzt und kommt immer wieder auf, wenn alle rund um einen herum dasselbe tun. Man sich fragt dann, warum man der einzige zu sein scheint, der diesem Trend noch nicht gefolgt ist. Dieser Wunsch quasi „der Herde zu folgen“, kommt aber besonders stark im Rahmen der Digitalisierung auf, weil wir durch das Wachstum der sozialen Medien zunehmend den Eindruck gewinnen könnten, dass alle Unternehmen und gesellschaftlichen Schichten, sich immer stärker der Digitalisierung zuwenden. Wir haben das Gefühl, als einziger den Trend zu verpassen und sorgen uns, später abgehängt zu sein.

Typisch für FOMO ist, dass Unternehmen vorschnelle Entscheidungen treffen. Das sollte Sie nicht dazu verleiten, gar keine Entscheidungen zu treffen und ewig in Überlegungen festzustecken oder gar nichts Neues mehr zuzulassen. Sie sollten aber Entscheidungen oder Überlegungen gut darauf prüfen, ob Sie Ihnen helfen, Ihre Ziele zu erreichen. Falls der FOMO-Druck einmal zu groß wird, gibt es

auch ein traditionelles Heilmittel unter den gängigen deutschen Sprichwörtern: „Wenn alle aus dem 17ten Stock springen, springe ich mit?“

Frenemy

Diese Wort-Kombination auf Friend und Enemy ist ein gängiges Denkmodell in der Digitalisierung. Positiv formuliert müssen Kooperationen nicht ewig dauern, so dass sich Unternehmen möglicherweise für eine gewisse Weile zusammenschließen, um Kosten zu teilen oder Wissen gemeinsam zu erarbeiten. Derartige Kooperationsformen gab es aber auch schon vor der Digitalisierung. So entwickelten die französischen Autofirmen Peugeot, Citroen und Fiat gemeinsam ihre ersten Vans.

Manche Beispiele aus der digitalen Welt sind aber weit weniger positiv belegt. Große Plattformen wie Amazon öffnen sich beispielsweise für andere Unternehmen, die sich zunächst über die Reichweite der Vermarktung über Amazon freuen und deren Vertriebsnetz nutzen können. Später kann es aber dazu kommen, dass Amazon die Kooperation mit besonders umsatzstarken Unternehmen auslaufen lässt, um dann selbst beispielsweise als Weinhändler oder Anbieter von Computerbauteilen aufzutreten.

Für jeden Unternehmer kann diese Beobachtung bedeuten, dass er seine Kooperationen auf den Prüfstand stellen sollte und bei potentiellen Risiken frühzeitig über seine Möglichkeiten nachdenken muss.

Moonshot

Dieser Begriff wird fast nur von Google verwendet und meint, dass mit echten Produktinnovationen nicht nur kleine Verbesserungen gemeint sein können. Vielmehr müsse es darum gehen, das Produkt so weit zu verändern bzw. zu verbessern, dass der Unterschied so sichtbar sei wie zwischen Erde und Mond.

Das Konzept ist manchmal auch als Zehnerregel oder dem falschen Faktor 10 bekannt. Denn statt einer Verbesserung um 10% wünscht man sich eine Verbesserung um das Zehnfache. Bei allen Veränderungen, die Sie mit digitalen Tools vorhaben, kann dieses Denkmodell helfen, die Richtung zu prüfen. Es macht sicher für Sie und Ihre Mitarbeiter einen Unterschied, ob Sie durch kleine Ergänzungen und Helferlein nur 10% besser werden oder tatsächlich disruptiv werden wollen.

Die Erfahrung von Google zeigt aber auch, dass man sich Moonshots leisten können muss. Denn mit starker Einbindung im Tagesgeschäft und vollen Auftragsbüchern ist es für Mitarbeitende und Kunden nicht leicht, große Veränderungen in kurzer Zeit umzusetzen. Google musste dieser Tatsache auch ins Auge blicken und hat daher mittlerweile die Entwicklungssparte komplett vom Tagesgeschäft getrennt. Mit anderen Worten: Ein Moonshot geht nicht mal eben so nebenher, man muss ihn sich in Form von Manpower, Zeit und Kosten auch leisten können. Entscheiden Sie also vor einer Digitalisierungsinitiative, ob sich der Kraftakt durchhalten lässt oder es doch eher nach dem Motto laufen sollte: „Jeden Tag ein bisschen besser.“

digitalisierung.einfach.gestalten.

Wir begleiten Sie auf dem Weg in die digitale Welt.

Aufbaustudiengang
DIGITALISIERUNGSMANAGER/IN (DIA)

Einstieg in den Studiengang bis 29.11.2021 möglich!

JETZT INFORMIEREN:
dia.de/digitalisierungsmanager

**Online Kick-Off
8.10.2021
Einführung in den
Studiengang**



Autor:
Prof Dr. Marco Wölfle

ist Akademischer Leiter der Steinbeis-Institute VWA Business School und CRES (Center for Real Estate Studies). Er ist Initiator des digitalen Lernens im Freiburger Haus der Akademien und des Studiengangs Digitalisierungsmanager/in der DIA und der VWA (Verwaltungs- und Wirtschafts-Akademie Freiburg e.V.).