



Diesel  
Kuratorium

Einladung Erfahrungsaustausch CTO-Initiative

Geschäftsmodellinnovation:  
Mehr als nur die Optimierung der Wertschöpfungskette

ABUS KG · Altenhofer Weg · 58300 Wetter

TERMIN 21.09.2017

**Besonders relevant ist die Entwicklung neuer Geschäftsmodelle** für Unternehmen, die hohe Investitionen in Assets und Services tätigen. Bei Unternehmen ohne direkten Kundenzugang besteht bei gleichbleibendem Geschäftsmodell die Gefahr, dass die Lücke zwischen Hersteller und Kunde zu groß wird, und andere Akteure in der Wertschöpfungskette die Digitalisierung/Vernetzung übernehmen und das Geschäftsmodell dominieren. Dies lässt sich nur durch eine geschickte Positionierung in der Wertschöpfungskette vermeiden. Nach und nach wird das Thema neue Geschäftsmodelle für alle Unternehmen relevant.

Bei der Entwicklung von smarten Produkten und Dienstleistungen ist der Kundennutzen von zentraler Bedeutung. Ausgehend von Vorteilen für den Kunden ist die Prozesskette vom Ende her durch Digitalisierung und Vernetzung zu gestalten. Dabei ist der Kundenvorteil in der Regel eine innovative Lösung. Von der smarten Endkundenlösung ausgehend ist die Prozesskette über alle Komponenten und Kooperationspartner zu gestalten.

Die Kundenbeziehung fungiert als Anker für eine Neuausrichtung. Sie profitiert von einer starken Marke sowie fachlichem, technischen und wirtschaftlichen Know-How. Informieren der Kunden und frühzeitige Einbindung in den Produktentwicklungsprozess sind Schlüssel für die kundenzentrierte Produktentwicklung. Dabei sollten Vorteile für den Kunden (Bequemlichkeit, Preis- oder Kostenvorteile) in Betracht gezogen werden. Einsatz digitaler Plattformen oder „Big Data“-Analysen können hilfreich sein.

---

## Programm

### Begrüßung

**Dr. Thomas Becker, Member of the Executive Board (ABUS KG)**

### Workshop

#### **Gestaltungsfelder der Geschäftsmodellinnovation**

Moderation: Johannes Spannagl & Dr. Dirk Artelt

- Begriffsdefinition: Wie hängen Geschäftsmodell und Strategie zusammen?
- In der digitalen Welt müssen Unternehmen ihre DNA neu konfigurieren:  
Ganzheitlich und systematisch durch fünf Ebenen zur Identifizierung der relevanten Handlungsfelder; Diskussion und Erfolgsbeispiele zu
  - Selbstverständnis & Strategische Positionierung
  - Smarte Produkte & Services, Prozesse und Daten
  - Organisation & Kultur
- Diskussion der Best-Practice-Vorgehensweise und Empfehlungen für die CTO-Initiative

### Mittagessen mit anschließender Besichtigung

### Workshop

#### **Kundenzentrierung im Innovationsprozess**

- Vorstellung und Diskussion von Best Practice-Beispielen aus der Industrie zu
  - Trend Scouting & Ideenmanagement
  - F&E-Prozess
  - Innovationsmarketing
- Vorstellung und Diskussion erfolgreicher Beispiele zur „Neu-Segmentierung“ des Geschäftes (Blue Ocean)
- Diskussion der Best-Practice-Empfehlungen für die CTO-Initiative

