

Digitale Geschäftsmodelle

Stefan Meinhardt · Karl Michael Popp

© Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, ein Teil von Springer Nature 2018

Digitale Geschäftsmodelle und die damit verbundenen Änderungen stellen Unternehmen vor vielfältige Herausforderungen: Betroffen sind nicht nur die gesamte Wertschöpfungskette und die Interaktion mit dem Kunden, sondern oftmals auch die gesamte Organisation, ihre Prozesse und die zugrundeliegenden IT-Systeme. Eine ganzheitliche, zielführende Digitalstrategie zeigt nicht nur Chancen für neue digitale Erlösquellen auf, sondern verfolgt in erster Linie auch die digitale Transformation des bisherigen Geschäfts.

Bei der Diskussion von digitalen Geschäftsmodellen stehen oftmals bahnbrechende, Markt- oder Industriegrenzen verändernde Entwicklungen im Fokus. Durch diese „disruptiven“ Entwicklungen, getrieben von innovativen digitalen Technologien und darauf basierenden Geschäftsmodellen, können sich Marktmechanismen stark verändern.

Beispiele für solche Entwicklungen sind Technologien, die neuartige digitale Geschäftsmodelle erst möglich machen, wie z.B. Cloud Plattformen, Internet of Things, Robotics, Artificial Intelligence & Machine Learning, 3D-Printing, Big Data & Data Intelligence sowie Blockchain. Die Wertschöpfung mit Produkten und damit verknüpfbaren, häufig datenbasierten Diensten wird bei digitalen Geschäftsmodellen in der Regel neu definiert und es ist notwendig, in neuartigen System- bzw. Lösungszusammenhängen anstatt in Produkten zu denken.

Investitionen in die Digitalisierung ohne ein grundlegendes Verständnis des digitalen Marktes und der passenden digitalen Geschäftsmodelle sind in der Regel nicht erfolgreich. Um unternehmerische Fehlentscheidungen zu verhindern, sollte ein klares strategisches Zielbild und ein digitales Transformationskonzept entwickelt werden, das die jeweiligen Chancen und Risiken adäquat bewertet.

S. Meinhardt (✉)
SAP SE, Dietmar-Hopp-Allee 16, 69190 Walldorf, Deutschland
E-Mail: stefan.meinhardt@sap.com

Aber wie kann die Transformation im Unternehmen hin zu digitalen Geschäftsmodellen nun auch erfolgreich gelingen? Wie müssen digitale Geschäftsmodelle in die Unternehmensstrategie eingebettet sein? Was bedeutet eine Transformation hin zu digitalen Geschäftsmodellen für die IT-Systeme und Prozesse im Unternehmen? Welche Chancen und Risiken gibt es bei Digitalisierungs-Projekten? Wie sehen praktische Anwendungsszenarien für digitale Geschäftsmodelle aus und wie werden diese umgesetzt?

Diesen Fragestellungen haben sich die Autoren aus Wissenschaft und Praxis der vorliegenden HMD-Ausgabe facettenreich gewidmet. Sie liefern mit ihren Beiträgen entsprechende Antworten, gepaart mit Konzepten, Lösungsvorschlägen und Fallbeispielen aus der Praxis.

Der Grundlagenbeitrag zeigt nach Erläuterungen zu Geschäftsmodellen und Basistechnologien einen Referenzprozess für die digitale Transformation auf. Anschließend wird in einem weiteren Beitrag ein Steuerungsmodell für erfolgreiche digitale Transformationsprojekte vorgestellt. Anhand einer Fallstudie werden IoT-basierte Geschäftsmodelle im Schweizer Mittelstand diskutiert. Dann folgen zwei Beiträge, die sich mit den Geschäftsmodellinnovationen im Kontext von Industrie 4.0 und dem Konzept des digitalen Zwillings beschäftigen. Die Veränderungen von Geschäftsmodellen im Mobilitätssektor mit Hilfe von digitalen Plattformen stellen eine große Herausforderung dar und werden von verschiedenen Seiten in drei weiteren Beiträgen beleuchtet. Aber auch Geschäftsmodellinnovationen bei der Interaktion mit dem Kunden werden behandelt, hier stehen Technologie-Enabler wie Robotic Process Automation, Artificial Intelligence und Machine Learning im Zentrum der Betrachtung sowie die Umsetzung einer Omnichannel-Management-Strategie bei der Deutsche Bahn Vertriebs GmbH. Ein weiterer Beitrag widmet sich neuen Geschäftsmodell- und digitalen Transformationspotentialen in der Wirtschaftsprüfung. Der letzte Beitrag stellt ein Konzept zur Ermittlung der Digitalisierungspotenziale von nicht-digitalen Geschäftsprozessen vor.

Alle Beiträge berichten von Praxisbeispielen aus unterschiedlichen Branchen, die aufzeigen wie neue digitale Geschäftsmodelle unter Verwendung von modernen Informationstechnologien und deren Auswirkung auf die Unternehmensorganisation entstanden bzw. aktuell am Entstehen sind.

Unser Dank gilt den Autoren für die fundierten Beiträge, den Gutachtern für ihre vielfältigen Anregungen zur Verbesserung der Beitragsinhalte sowie dem gesamten HMD Springer Team.

Wir wünschen Ihnen nun viel Spaß und spannende, neue Erkenntnisse beim Lesen der Beiträge, die Ihnen bei der Umsetzung Ihrer Digitalisierungsstrategie interessante Impulse mit auf den Weg geben.

Stefan Meinhardt, Dr. Karl Michael Popp