



OPITZ CONSULTING

# THE FUTURE NORMAL STRATEGY

Adaptivität und  
Resilienz durch  
Produktorientierung



**Jetzt mal Klartext:  
Digitalisierung nutzt nur, wenn Unternehmen  
damit erfolgreicher werden. Behörden und Non-  
Profits ihre Services besser erbringen können.  
Und den Schlüssel dafür bilden Digitale Produkte.  
Grund genug, genauer hinzuschauen!**

**#ARCHITEKTUR #ANALYTICS**  
**#INNOVATION #MODERNISIERUNG**  
**#AUTOMATISIERUNG #KI #AGILITÄT**  
**#SOFTWARE-ENGINEERING**  
**#INFRASTRUCTURE #CLOUD**  
**#DIGITALETRANSFORMATION**

# DIE ZUKUNFT BRAUCHT VERÄNDERUNGSFÄHIGE SYSTEME UND ORGANISATIONEN

Damals war alles besser! Die Post kam vorsortiert in der Postmappe und IT aus der Steckdose. Und jetzt? Wird man bombardiert mit E-Mails und durch die IT-Landschaft schaut keiner mehr durch. Manche nennen das VUCA – wir verstehen das als das neue Normal. So erleben wir jetzt unsere Welt und auch das Geschäftsleben. Und, schlechte Nachricht, es ist gekommen, um zu bleiben.

Also gut. Kein Fünfjahresplan mehr, schnell die IT Strategie zur Digitalisierungsstrategie umgetauft. Und insofern sind Architekturen, Organisationen, Menschen, Unternehmen schon jetzt auf agilen Pfaden. Verändern, Anpassen, schnelles Kurzpassspiel im aktuellen Match und gleichzeitig Langfristsperspektive für die Meisterschaft. So ist heute eine gute Strategie.

Werden wir doch digital, oder agil oder beides. Hört man oft. Macht man gern, wer will nicht mit dem Trend schwimmen.

Was so gern dabei vernachlässigt wird: Das Geschäft. Zu welchem Zweck digitalisieren wir eigentlich? Verkaufen Sie mehr Autos, Versicherungen, Duschköpfe? Halten Sie den globalen Wettbewerb und Disruptoren auf Distanz? Erschließen neue Märkte, Geschäftsfelder?

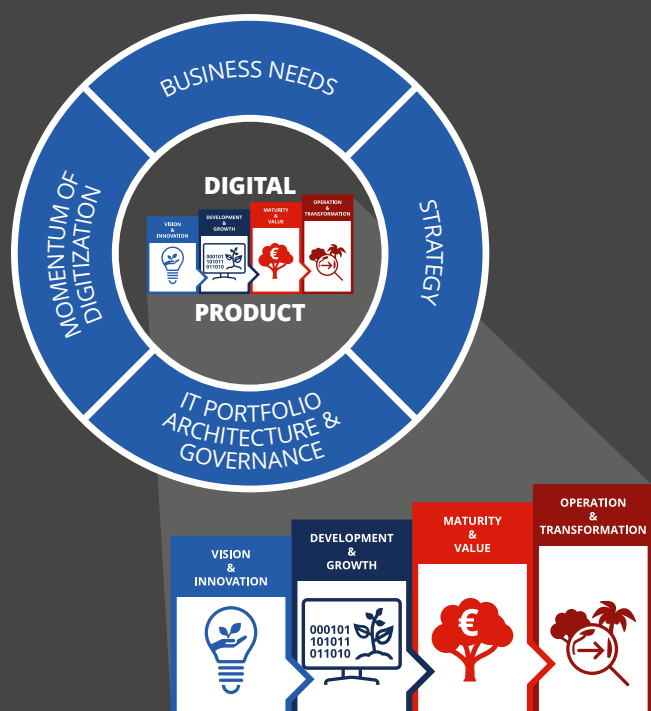
**Schade. Denn eigentlich geht's doch nicht um Digitalisierung, sondern um mehr Erfolg im Business!**

**Gegenstimmen? Nein? Interessant!**

*„Ach und sorry, das hier dann doch ein Buzzword kam – die Versuchung war einfach zu groß. Wir probieren dennoch ohne auszukommen. Und ja, wir schreiben Klartext. Wissenschaftliche Abhandlungen können wir auch, wollen Sie aber hier vermutlich nicht lesen. Wenn doch, freuen Sie sich schon auf den Werbeblock am Ende!“*

## DIGITAL PRODUCT JOURNEY

### BUSINESS VALUE ÜBER DEN GESAMTEN LEBENSZYKLUS



OK, dann machen wir halt Digi-Projekte und beziehen den Fachbereich ein. Der kann ja sagen, was Sache ist. Und nach Projektabschluss sind wir erfolgreich. Äh... nein, nicht beim Projektabschluss. Erfolg ist dann, wenn die Projektergebnisse in Wirkung kommen, und zwar zum Geschäftszweck.

Und da sind wir schon bei einem wesentlichen Unterschied zum Produkt: Ein Projekt kann erfolgreich sein, wenn das angestrebte Ergebnis erreicht wurde. Ein Produkt ist erfolgreich, wenn es Nutzen stiftet.

Bestimmung oder Zweck digitaler Produkte werden mitunter ergänzt, sind im Kern aber meist stabil. Die Umwelt der Produkte leider nicht. Heißt: Anpassen (ja, Sie dürfen hier an Darwin denken, es geht eben etwas schneller).

Digitale Produkte sichern und steigern geschäftlichen Nutzen daher vor allem, wenn sie in eine veränderungsfreudige IT-Strategie eingebettet sind und geschäftskritische Fähigkeiten auch bei komplexer Umwelt bestmöglich unterstützen – oder gar ermöglichen.



# KONKRET GEHT DIGITALISIERUNG SO

Aber welche Zutaten braucht es? Erstens, alle Kontexte einbeziehen. Zweitens, den zeitlichen Verlauf berücksichtigen. Drittens, Spielen um zu gewinnen.

Das ergibt zusammen die Digital Product Journey.

**1 Kontexte:** das sind die klassischen Spannungsfelder in der IT, hier mal als vier Dimensionen in zwei Achsen geordnet: Geschäftliche Notwendigkeiten (Business Needs != Requirements) und IT bilden eine Achse, das Momentum der Digitalisierung im Wechselspiel mit Unternehmensstrategie(n) bildet die zweite Achse. Sie möchten nichts davon vernachlässigen, es soll ja wirken!

**2 Der zeitliche Verlauf** bildet sich über einen Produktlebenszyklus ab. Ein Produkt wird erfunden, gebaut, groß gemacht und möglichst lange gehegt und gepflegt, wenn's gut läuft lebt's ewig. Das braucht Wandlungsfähigkeit

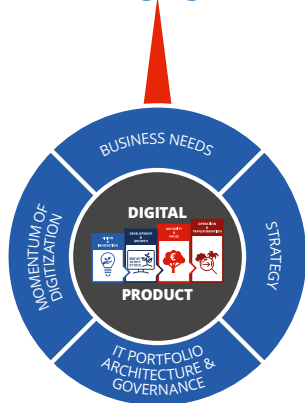
als Kernvoraussetzung. Und jetzt ist auch klar, warum Erfolg sich erst nach Projektende einstellt, der erfolgreiche Abschluss des Bauprojekts ist der Beginn der Erfolgs.

**3 Spielen, um zu gewinnen:** Fokus der digitalen Produkte ist der geschäftliche Mehrwert (Mehr Rendite, Umsatz, Marktanteil, Distanz zum Wettbewerb, ...), je nach Unternehmenszweck und Strategie.

Man kann dabei von den Kontexten in die Produktebene kommen, oder umgekehrt. Der Abgleich muss ohnehin permanent erfolgen – quasi reisebegleitend. Je nach Perspektive und Fokus (eng oder weit) lässt sich so erfolgreich digitalisieren.

Aus der Praxis für die Praxis: Hier einige Ansätze aus unseren Projekten für Mehrwertaspekte bei der Produktstrategie...

## Erhöhung der operativen Exzellenz



### Prozess-Innovation

- Industrie 4.0 Ansätze
- Vermeidung Medienbrüche
- Senkung der Prozesskosten
- Automatisierung

## Differenzierung im Wettbewerb



### Prod.-/Service-Innovation

- Produkte werden digital
- Ausbau der Services
- Veränderung der Wertschöpfung
- Kundenfokussierung

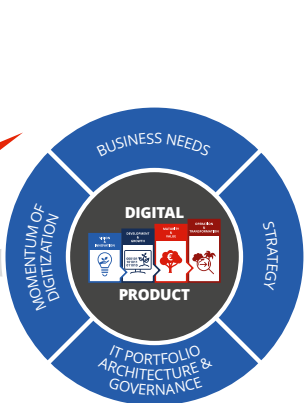
## Steigerung der Adaptionfähigkeit



### Business Insights

- Bimodale IT
- Predictive Everything
- IT als Plattform
- Cloud computing

## Neue Märkte



### Geschäftsmodell-Innovation

- Neuartige Geschäftsmodelle
- Digitale Transformation
- Produkte durch Daten
- Kollaboration mit Dritten

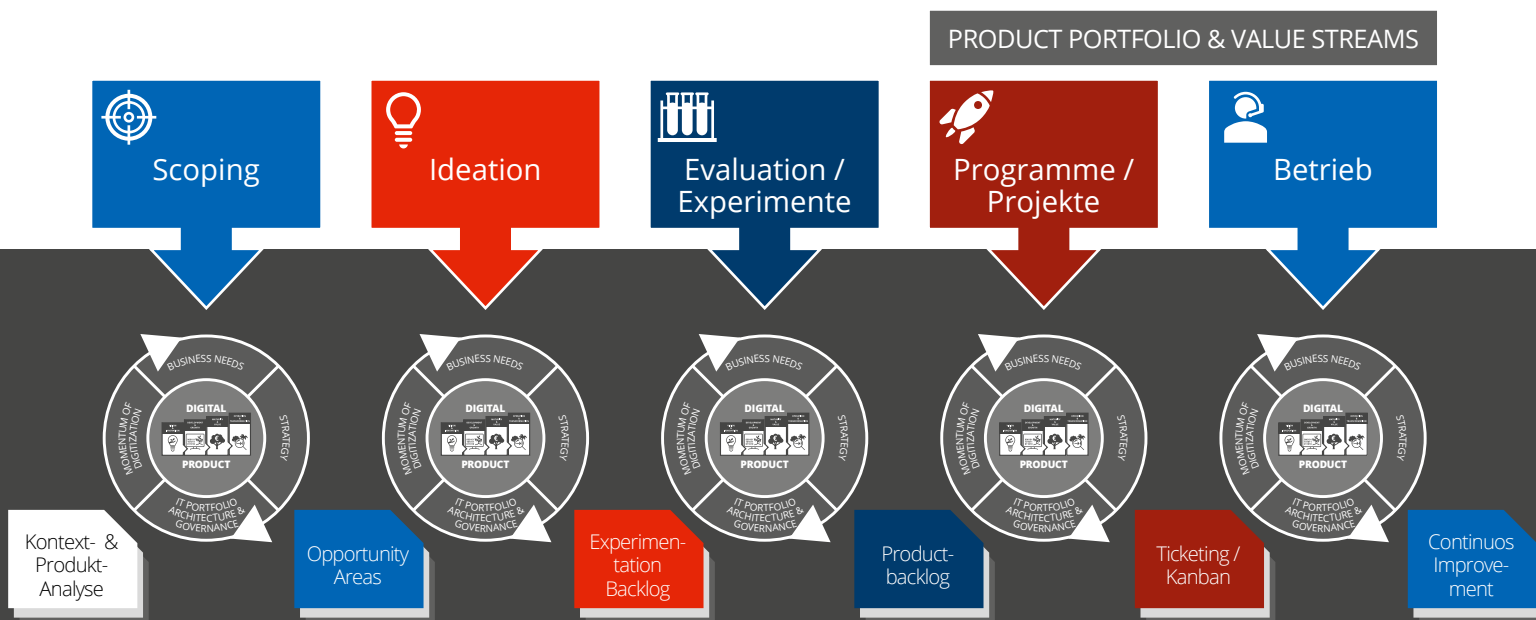
# WIE MACHEN WIR DAS BEI OC?

Schön, dass Sie dabei geblieben sind. Aber hören wir da ein leichtes Bauchgrummeln? Wollen Sie uns etwa zurufen: „Das Produkt fällt doch nicht vom Baum, da brauche ich doch Projekte“? Ja, recht haben Sie! Na klar brauchen wir Projekte. Aber eben nicht stand-alone. Sondern immer entlang der drei Kernfragen: Welcher Kontext, welche zeitliche Perspektive (über ein Projekt hinaus bis in den Betrieb), welcher Mehrwert?

Daher entwerfen Sie mit unserer Hilfe Produkte entlang der Digital Product Journey. Steigern die Veränderungsfähigkeit, Resilienz Ihrer IT und erzeugen nicht nur Projektergebnisse, sondern passgenaue, individuelle Digitalisierungslösungen.

So entstehen Digitale Produkte, die wachsen, betrieben und verändert werden. Und bei dieser Digital Product Journey, sind wir gern bei jedem Reiseabschnitt mit unserem Leistungsvermögen zur Stelle, um für Sie neue Möglichkeiten und echte Wettbewerbsvorteile zu schaffen. Und – sorry, aber das ist jetzt wirklich wichtig und eben kein Buzzword Bingo: das Ganze eingebettet in eine dynamikrobuste Systemwelt.

Auch hier wieder aus der Praxis für die Praxis ein kleiner Einblick in unsere Werkstatt – oder wie wir liebevoll sagen, in unsere Digitale Service Manufaktur:



## BUSINESS VALUE ÜBER DEN GESAMTEN LEBENSZYKLUS

Die OPITZ CONSULTING Digitale Service Manufaktur macht Digitale Produkte in Deutschland. Digitalisierung ist eh klar, und ja nervt manchmal auch. Wir gehen das pragmatisch und mit klarem Bewusstsein für Ziele und Umfeld an. Service – Wir sind Dienstleister, beraten, implementieren, betreiben, geben Sicherheit und vieles mehr. Manufaktur, ja – mit der Hand gemacht (und dem Kopf). In Deutschland, so individuell, wie eine Manufaktur, vollends kundenorientiert und mit entsprechendem Anspruch.

Sie sind immer noch dabei – ok, Sie haben es nicht anders gewollt. Also hier noch Buzzwords in loser Reihung für alle #-Liebhaber.

Wir machen das alles, wenn's passt und nötig ist:

**#ARCHITEKTUR #ANALYTICS**  
**#INNOVATION #MODERNISIERUNG**  
**#AUTOMATISIERUNG #KI #AGILITÄT**  
**#SOFTWARE-ENGINEERING**  
**#INFRASTRUCTURE #CLOUD**  
**#DIGITALETRANSFORMATION**

Hier finden Sie uns

