

Digital Agility

Wie Agilität zum Erfolgsfaktor für Digitalisierung wird

#LiveLoveDigital

VORWORT

VORABINFORMATIONEN ZUR STUDIE

Digital Agility

Wie Agilität zum Erfolgsfaktor für Digitalisierung wird

Agilität als strategisches und organisatorisches Prinzip wird in der digitalisierten Welt zunehmend als Erfolgsfaktor für Unternehmen jeder Art und Größe verstanden. Das bei jungen Startups selbstverständliche agile Denken und Handeln entwickelt sich mit zunehmender Reife und Größe eines Unternehmens häufig in die entgegengesetzte Richtung: aus Flexibilität wird Starrheit, Geschwindigkeit geht verloren und Planen ersetzt Handeln.

Im Rahmen unserer Studie **Digital Readiness 2012** sind wir zusammen mit dem Management Institut St. Gallen und Google schon früh der Frage nachgegangen, wie bereit Unternehmen für den digitalen Wandel sind, inwieweit ein **Einfluss auf den Geschäftserfolg** nachgewiesen werden kann und welche Einflussfaktoren der Transformation den größten Einfluss auf den Unternehmenserfolg haben. Bereits damals haben wir Agilität als stärksten Treiber für den Geschäftserfolg identifiziert (siehe Abb. nächste Seite).

Insbesondere Prozesse in der **Produktentwicklung, in Marketing und Vertrieb aber auch die Unternehmensführung** selbst gelten heute als Gestaltungsbereiche für Agilität. Viele Unternehmen wünschen sich die Agilität von Startups und versuchen durch neue organisatorische Modelle (Innovation Labs, Inkubatoren, Akzeleratoren, etc.) oder Ausgründungen die mangelnde Geschwindigkeit auszugleichen. Doch für die meisten CEOs oder Chief Digital Officer ist nicht klar, welche Maßnahmen nachhaltig und erfolgreich zur Etablierung von Agilität beitragen.

Gemeinsam mit dem **Institut für marktorientierte Unternehmensführung der Ludwig-Maximilians-Universität München** führt **Bloom Partners** deshalb die Studie Digital Agility durch. Dabei sollen die wesentlichen Treiber von Agilität im Kontext des Unternehmens identifiziert, sowie erfolgreiche Maßnahmen zur Steigerung von Agilität abgeleitet werden. Die Studie kombiniert dafür Ergebnisse aus qualitativen Interviews mit ausgewählten Top-Managern auf Vorstandsebene, mit einer quantitativen Befragung. Dies ermöglicht sowohl **tiefe und umsetzbare Ergebnisse** als auch quantitative Validität. Das repräsentative und industrieübergreifende Panel beinhaltet dabei nicht nur Unternehmen der Old Economy sondern auch **führende Startups als Herausforderer** der Platzhirsche in ihrer jeweiligen Kategorie.

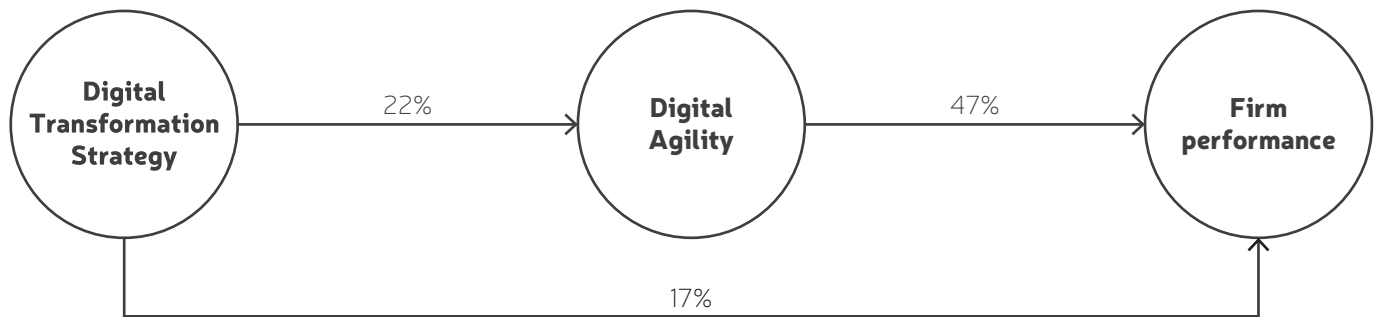
Zusammengefasst schließt die Studie mit ihrem Best-of-both-Worlds-Ansatz also nicht nur die Lücke zwischen dem Verständnis und der nachhaltigen Etablierung von Agilität. Die Studie fördert darüber hinaus Ergebnisse, die den Austausch zwischen Unternehmen der Old Economy, der New Economy und Startups fördern. Wir wollen aufzeigen, dass sich die Eigenschaften beider Welten gegenseitig ergänzen und nicht ausschließen.

Wir laden Sie herzlich ein, Teil dieser Reise zu werden und uns in diesem Ansatz zu unterstützen.

DR. MARKUS PFEIFFER
CEO

"Digital agility drives almost 50% of firm performance"

KEY LEARNING
DIGITAL READINESS STUDIE 2012



DR. MARKUS PFEIFFER

Dr. Markus Pfeiffer ist Gründer und CEO der Bloom Partners GmbH. Durch seine Startup- und Beratungserfahrung hat er maßgeblich zum Erfolg der digitalen Transformation in verschiedenen Konzernen beigetragen.



MAXIMILIAN HINZ

Bei der Bloom Partners GmbH verantwortet Maximilian Hinz als Engagement Manager den Bereich Digitale Transformation für verschiedene Kunden aus dem Markenartikelbereich.



DR. MANFRED MUCHA

Dr. Manfred Mucha ist Vice Business Area Manager der Acando GmbH. Mit Beratungs- und Technologieerfahrung überführt er Visionen der Digitalstrategie und digitale Transformation in die Realität.



SARAH MAHR

Sarah Mahr ist wissenschaftliche Mitarbeiterin und Doktorandin am Institut für Marktorientierte Unternehmensführung der LMU München. Sie betreut die Studie aus wissenschaftlicher Sicht.

VORABINFORMATIONEN ZUR STUDIE

Digital Agility

Wie Agilität zum Erfolgsfaktor für Digitalisierung wird

Customer agility replaces customer orientation – continuous integration of customers drives innovation and new revenues

KEY LEARNING
DIGITAL READINESS STUDIE 2012

FORSCHUNGSZIELE

- › Wie bewerten Führungskräfte heute die Relevanz von Agilität im Kontext ihrer Digitalstrategie?
- › Was sind die zentralen Einflussfaktoren für Agilität?
- › Welche organisatorischen Modelle und Prozesse steigern die Agilität nachhaltig ohne Gefährdung der Kernprozesse?
- › Welche konkreten Maßnahmen führen zu steigender Agilität?
- › Worin unterscheiden sich dabei etablierte Unternehmen von Startups?

RELEVANZ

Die Anzahl an erfolgreichen Startups im Bereich Digitalisierung wächst auch in Deutschland stetig und stellt eine zunehmende Bedrohung für etablierte, große Unternehmen dar. Im Rahmen der Digital Readiness Studie von Bloom Partners wurde Agilität als ein Grund für den Erfolg von Startups definiert. Wie können Markenunternehmen also agiler werden, um sich im Wettbewerb gegen Startups durchzusetzen? Und welche organisatorischen Modelle bzw. konkreten Maßnahmen sind dabei erfolgsversprechend?

INITIATOR & HERAUSGEBER

BLOOM  PARTNERS

AKADEMISCHER PARTNER

IMM
Institut für Marktorientierte Unternehmensführung
Ludwig-Maximilians-Universität München | Fakultät für Betriebswirtschaft

TECHNOLOGIE-PARTNER



ZENTRALFRAGEN

Was sind die Treiber von digitaler Agilität?

Wie agil sind Markenunternehmen in Deutschland?

Welche Faktoren hemmen digitale Agilität?

Inwiefern wird digitale Agilität durch die Strategie sowie das Top-Management unterstützt?

Gibt es Branchenunterschiede bezüglich Umsetzungsgrad und Relevanz?

Qualitative C-Level Interviews

Qualitative Interviews mit C-Level von Markenunternehmen und etablierten Startups

Im Rahmen von persönlichen Interviews validieren wir mit unserem Team erste Hypothesen zu den Treibern und erfolgreichen Maßnahmen rund um Digitale Agilität. Ansprechpartner sind dabei ausschließlich Vorstände und CDO aus führenden Unternehmen, die an ihrer digitalen Transformation arbeiten.

Quantitative Validierung

Quantitative Validierung: Groß angelegte Befragung des mittleren und höheren Managements, mit einer Stichprobengröße von > 500 (repräsentativ für Deutschland)

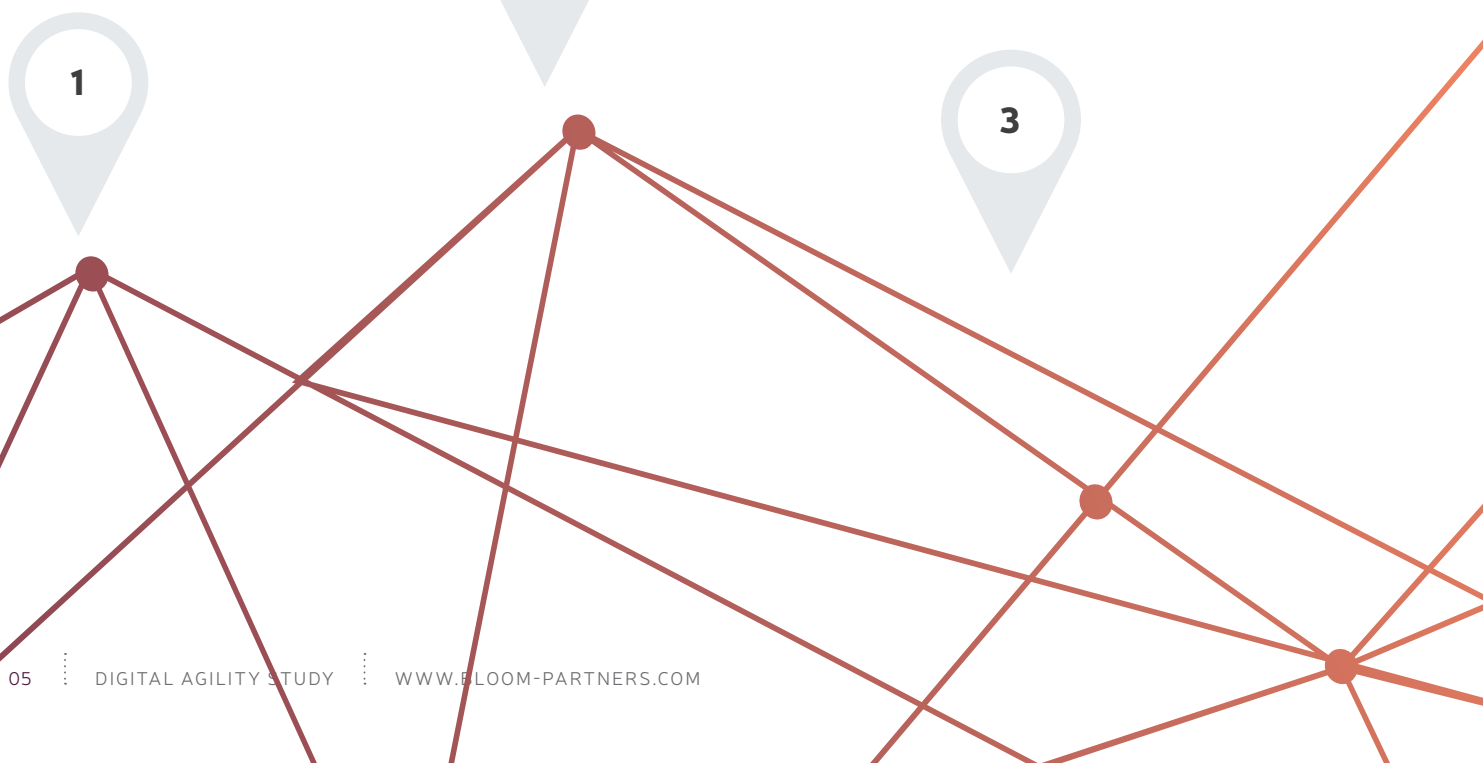
In einer breit angelegten quantitativen Validierung erarbeiten wir mit wissenschaftlicher Unterstützung ein umfassendes, multivariates Modell zur digitalen Agilität. Ziel ist die Identifikation zentraler Treiber und erfolgreicher Massnahmenpakete.

Ergebnisse

Best-of-both

Digital Agility auf Führungsebene; Konkrete Maßnahmen für Agilität auf strategischer und operativer Ebene; Vergleich zwischen Konzernen und Start-Ups

Die Ergebnisse unserer Studie werden in einem exklusiven Report veröffentlicht. Für ausgewählte Partner veranstalten wir im Herbst 2016 in Berlin einen peer-to-peer Austausch zwischen Unternehmensvertretern großer Konzerne und führenden deutschen und internationalen Startups.



#LiveLoveDigital

Bloom Partners GmbH
Hohenstaufenstraße 1
80801 München

Telefon: 089 124 1395 0
info@bloom-partners.com
www.bloom-partners.com

