



# Expedition Digital! „Gemeinsam fit für die Zukunft“

Unternehmen gestalten gemeinsam Digitalisierung und  
Innovationsmanagement

Düsseldorf/München, im Januar 2018

Die Natur des digitalen Wandels sind vom Management oft noch gar nicht ausreichend verstanden, es gilt: „Be the wolf, not the sheep ...“

NATUR UND DIGITALER WANDEL - EIN VERGLEICH ...

Status quo



Ihr Unternehmen



Chancen/  
Risiko



Quelle: MatrixPartner

# Was macht einen Wolf zum Wolf – oder in der digitalen Welt: Was macht eine Idee zu einer „disruptiven Innovation“?

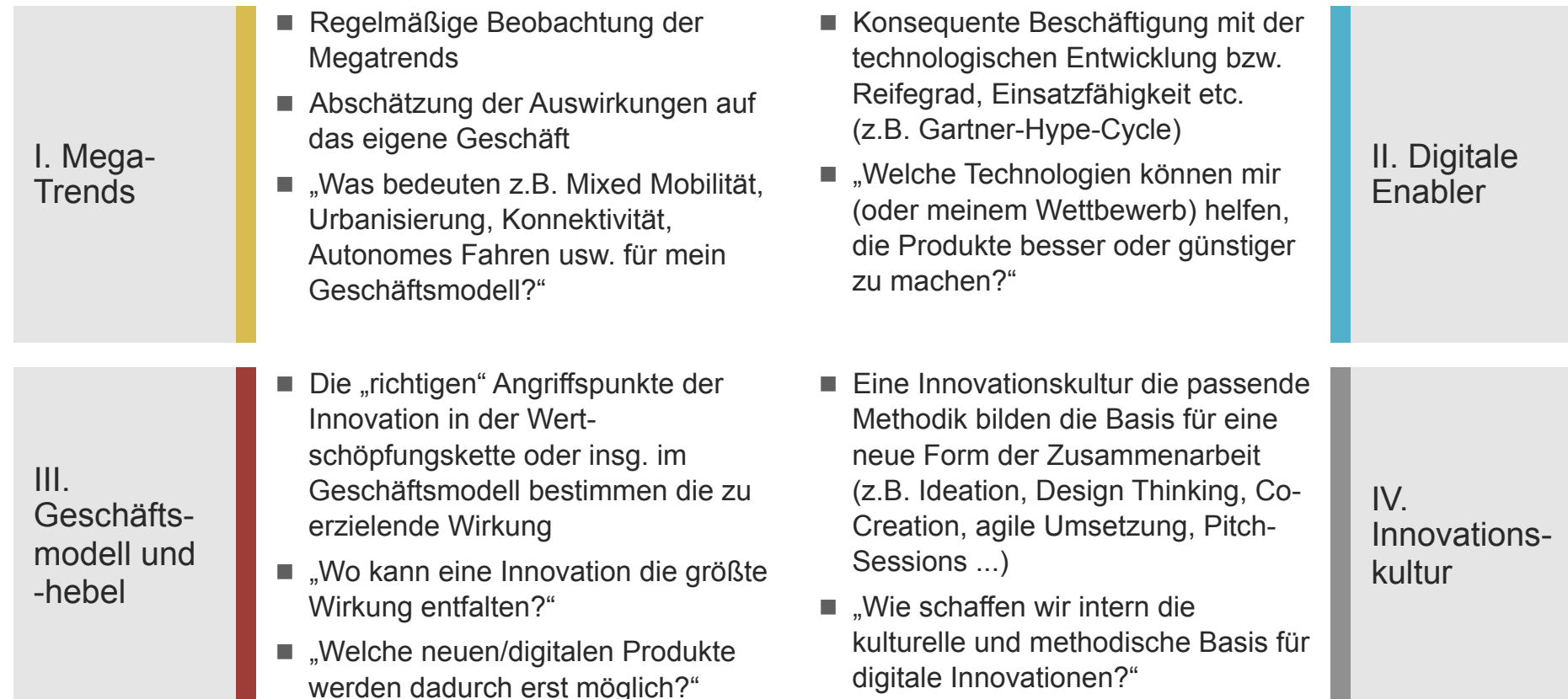
## EINFLUSSFAKTOREN DER DIGITALEN INNOVATION



Quelle: MatrixPartner

# Nur die richtige Kombination aller vier Faktoren hat bei den Wölfen zum Erfolg geführt – Digitale Innovation ist immer mehrdimensional

## EINFLUSSFAKTOREN DER DIGITALEN INNOVATION (DETAILS/KERNFRAGEN)



Quelle: MatrixPartner

# Historisch hat es immer schon Wölfe bzw. disruptive Innovationen gegeben – nur die Schnelligkeit der Wirkung hat zugenommen

## BEISPIELE FÜR WÖLFE/DISRUPTIVE INNOVATIONEN



Quelle: MatrixPartner

# Was hält viele Unternehmen heute davon ab, Wolf zu sein?



## HINDERUNGSGRÜNDE IN UNTERNEHMEN



Quelle: MatrixPartner

- Der digitale Wandel und die Notwendigkeit, sich damit zu beschäftigen, ist in den Unternehmen erkannt.
- Die Frage, WIE man damit bestmöglich umgehen bzw. sich vorbereiten sollte, ist dem Management oft unklar.
- In vielen Fällen wird „Digital“ viel zu eng betrachtet und nur als IT-Thema bzw. Hilfsmittel zur Effizienzsteigerung angesehen.
- Digitalisierungsstrategien stehen dadurch oft nur für IT-Projekte.
- Die Bedeutung auf der Managementebene ist meist noch nicht verstanden – Vorgehensweise und "Erfolg" von digitaler Innovation wird daher falsch beurteilt. Lineare bzw. klassische Lösungsansätze führen nicht mehr zum Erfolg.

Digitalisierung ist nur eine Ausprägung von Innovation und immer eine kollektive, längerfristige und iterative Aufgabe.  
Nur wenn wir die neuen Herausforderungen verstehen, kann das der Startpunkt für den digitalen Wandel sein ...

---

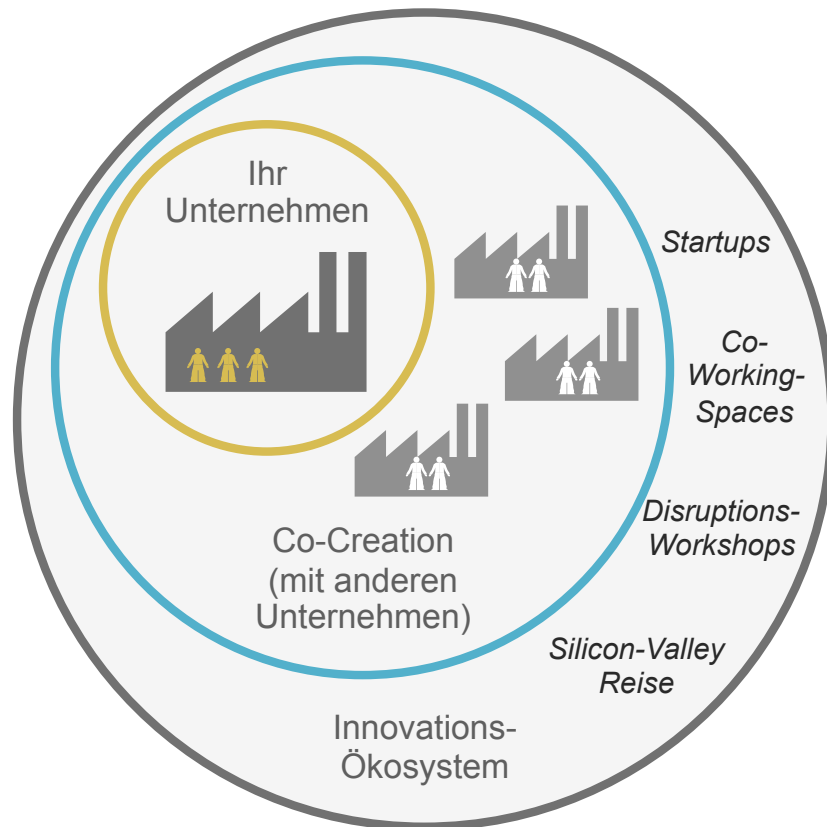
Unser Ansatz der „Expedition Digital!“ geht einen anderen Weg und hilft Ihnen, gemeinsam mit anderen die „richtigen Fragen“ zu stellen

UNSER CO-CREATION ANSATZ

Eine Expedition, von lateinisch *expeditio* „Feldzug“, *expedire* „losmachen“, ist eine Entdeckungsreise oder Forschungsreise einer Gruppe von Interessierten in eine unbekannte oder unerschlossene Region.

# Unser Ansatz der „Expedition Digital!“ geht einen anderen Weg und hilft Ihnen, gemeinsam mit anderen die „richtigen Fragen“ zu stellen

## UNSER CO-CREATION ANSATZ







- Die „richtigen“ Managementkollegen aus verschiedenen Unternehmen erarbeiten ...
  - mit kollektivem Know-how („Co-Creation“)
  - im abgesicherten Umfeld
  - aus den für Sie relevanten Fragestellungen ... gemeinsam die passenden Lösungen!
- Durch diesen Ansatz werden gemeinsam neue Wege, mögliche Innovationsansätze, Potentiale und Hebel zur Umsetzung identifiziert.
- Jeder kann für sich die „richtigen“ Fragen und „passenden“ Lösungen finden.
- Durch Nutzung von kollektiver Kreativität werden Holzwege vermieden und eine schnelle Übertragbarkeit in das eigene Unternehmen sichergestellt.
- Ihre Mitarbeiter werden von Beginn an aktiv beteiligt.



# Nach einer gemeinsamen Sensibilisierung werden vier Co-Creations-Workshops stattfinden – eine Tour ins Silicon Valley ist optional ...



## PHASENPLAN „EXPEDITION DIGITAL!“

Schritt	1 Innovation Days 	2 Co-Creation Workshops 	3 Fazit und erste Ergebnisse 	4 Reise ins Silicon Valley <sup>1)</sup> 
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Kickoff und Workshop mit Teilnehmern</li> <li>■ Impulsvorträge/Startups</li> <li>■ Methodik erlernen ...                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Innovationsprozess</li> <li>- Co-Creation</li> <li>- Ideation/Design Think.</li> <li>- Pitch-Formate/MVP<sup>2)</sup></li> </ul> </li> <li>■ Erste Reflektion auf die eigene Situation</li> <li>■ Gemeinsame Zeit- und Expeditionsplanung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 2-tägige Co-Creation Workshops</li> <li>■ Erarbeitung von Ideen, Innovationen, Lösungen</li> <li>■ Disruptions-Workshops als „Stresstest“ für eigene Geschäftsmodelle</li> <li>■ Kollektive Ideengenerierung/-bewertung</li> <li>■ Pitch-Runden mit den Teams zur Ideenbewertung, -priorisierung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Auswahl der 4-5 Top-Innovationsprojekte aus dem Teilnehmerkreis</li> <li>■ Präsentation der erarbeiteten Prototypen bzw. „Minimal-Viable-Products“</li> <li>■ Resümee Innovation-Days, Workshops und erarbeitete Ergebnisse</li> <li>■ Planung der optionalen Silicon Valley-Tour<sup>1)</sup></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Erleben, was das „Ökosystem“ Silicon Valley so besonders macht</li> <li>■ Besuch ausgewählter Startups, Acceleratoren, Venture Capital Funds, Unternehmen</li> <li>■ Innovationskultur selbst erfahren und Übertragung auf eigenes Unternehmen verproben</li> </ul>
Ziel	Abholen und Sensibilisierung	Ideen erarbeiten und Energie freisetzen	Konkrete Umsetzung und Begeisterung erzeugen	Kultur und Mindset nachhaltig verändern
Zeit <sup>3)</sup>	2 Tage	4 x 2 Tage	(Teil von Phase 2)	(5 Tage <sup>1)</sup> )

Quelle: MatrixPartner 1) Nach Absprache in Phase 1 für die Teilnehmer der „Expedition Digital!“ optional möglich

2) Minimal-Viable-Product

3) Genaue Terminierung erfolgt im Kickoff mit Teilnehmern

# Die Innovation-Days dienen der Sensibilisierung der Teilnehmer, der Vermittlung der nötigen Methodik und einer ersten eigenen Reflektion

## PHASE 1: INNOVATION-DAYS



Quelle: MatrixPartner

### Inhalte und Vorgehen

- Kennenlernen der Teilnehmer
- Impulsvorträge zu „Innovation und Digitalisierung“
- Kontakt/Diskussion mit Startups
- Notwendige Methodik erlernen ...
  - Innovationsprozess
  - Co-Creation
  - Ideation / Design Thinking Ansatz
  - Pitch-Formate/MVP<sup>2)</sup>
- Erste Reflektion auf die eigene Situation
- Gemeinsame Zeit- und Expeditionsplanung

### Zielsetzung

- Abholen und Sensibilisierung der Teilnehmer
- Vermittlung der notwendigen Methodik

### Zeit-/Ortsplanung

- 2 Tage
- Co-Working Space (Berlin)

# In jeweils 2-tägigen Co-Creation Workshops werden jeweils zwei Teilnehmerunternehmen diskutiert und Innovationen erarbeitet

## PHASE 2+3: CO-CREATION WORKSHOPS / FAZIT



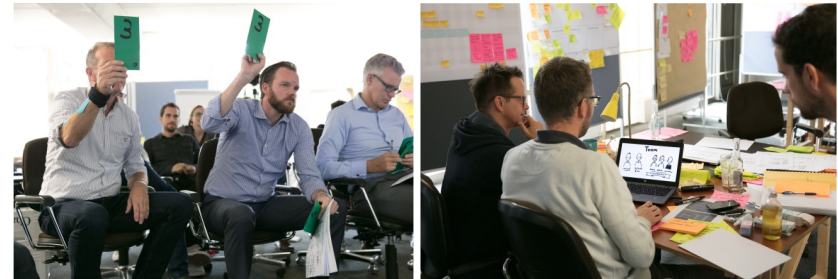
### Inhalte und Vorgehen

- 2-tägige Co-Creation Workshops
- Erarbeitung von Ideen, Innovationen, Lösungen für jeweils ein Teilnehmerunternehmen (jeweils 1 Tag)
- Vorstellung und Diskussion der Geschäftsmodelle
- Disruptions-Workshops als „Stresstest“ für die Geschäftsmodelle der jeweiligen Teilnehmer
- Kollektive Ideengenerierung und -bewertung
- Pitch-Runden mit den Teams zur Ideenbewertung/-priorisierung
- Resümee Workshops und erarbeitete Ergebnisse



### Zielsetzung

- Challenge der Geschäftsmodelle der Teilnehmer
- Fragen, Ideen erarbeiten und Energie freisetzen
- Konkrete Umsetzung und Begeisterung erzeugen



### Zeit-/Ortsplanung

- 4 x 2 Tage
- Jeweils an einem Standort der Teilnehmer



# Eine optionale Reise<sup>1)</sup> ins Silicon Valley vermittelt intensive Eindrücke zu disruptiven Innovation aus dem Tal, das die Welt verändert

PHASE 4: REISE INS SILICON VALLEY<sup>1)</sup>



## Inhalte und Vorgehen

- Hautnah erleben, was das „Ökosystem“ Silicon Valley so besonders macht
- Geführter Besuch im Silicon Valley
- Besuch ausgewählter Startups, Unternehmen, Innovation Acceleratoren, Venture Capital Funds, etc.
- Innovationskultur selbst erfahren

## Zielsetzung

- Innovationskultur / Mindset nachhaltig verändern
- Übertragung auf eigenes Unternehmen verproben

## Zeit-/Ortsplanung

- 5 Tage
- Reise ins Silicon Valley

Quelle: MatrixPartner 1) Optional bei Interesse der Teilnehmer

# Zum Silicon Valley liegt der maßgebliche Unterschied in der zugrunde liegenden Kultur der Herangehensweise an Innovationen

PHASE 4: TOUR INS SILICON VALLEY<sup>1)</sup>



## Silicon Valley Ansatz

## Corporate Ansatz



Quelle: MatrixPartner 1) Optional bei Interesse

# Die Teilnehmer werden nach den insg. 4-5 Monaten<sup>1)</sup> das Rüstzeug für den digitalen Wandel auf ihr Unternehmen übertragen können

## NUTZEN FÜR DIE TEILNEHMER



- Effiziente Bearbeitung der Themen – mit agiler Vorgehensweise und Co-Creation-Methodik – innerhalb von insg. 4-5 Monaten<sup>1)</sup>
- Verstehen der Bedeutung und Formen von digitaler Innovation
- Abgrenzung der relevanten Trends und Entwicklungen sowie Begriffsklärung
- Ableitung eines digitalen Arbeitsmodells
- Beispiele für erfolgreiche Geschäftsmodelle und deren Mechanismen sowie disruptiver „Stresstest“ des eigenen Modells
- Unterschiede und Gemeinsamkeiten zwischen klassischen und digitalen Unternehmen
- Erweiterung des „Blickwinkels“ und Identifikation der eigenen Richtung
- Übertragbarkeit von Elementen und Erfolgsfaktoren

Quelle: MatrixPartner 1) Ohne Silicon Valley-Tour

# Die Moderation der „Expedition Digital!“ erfolgt durch Berater von MatrixPartner mit Innovations- und Co-Creation Erfahrung

## PROFILE DER MODERATOREN

Name	Erfahrung	Expertise
<b>Peter Ruffer</b> Partner/CEO <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Dipl. Kfm.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 25 Jahre Industrie und Beratung</li> <li>■ Deutsch, Englisch, Franz.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Strategie- und Geschäftsmodelentwicklung</li> <li>■ Diverse Projekte im Bereich Produkt- und Prozessoptimierung</li> <li>■ Digitalisierung, Innovations- und IT-Management</li> <li>■ Kostensenkung und Effizienzsteigerung</li> <li>■ Change und Projekt-Management</li> </ul>
<b>Jörg Asbrand</b> Senior Manager <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Dipl.-Ing.</li> <li>■ Dipl.-Wirt.Ing</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 24 Jahre leitende Funktionen in Industrie und Beratung</li> <li>■ Deutsch, Englisch</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Geschäftsführungserfahrung im Mittelstand (Logistik)</li> <li>■ Bereichsleitung im Großkonzern (Internationale Airline)</li> <li>■ Begleitung verschiedener Innovationsinitiativen im Umfeld Luftfahrt</li> <li>■ Gründung von JVs und Kooperationen im internationalen Kontext</li> <li>■ Offshoring von Geschäftsfunktionen in der Supply Chain nach Osteuropa</li> </ul>
<b>Dr. Helge Sachs</b> Project Manager <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Dr.-Ing.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 15 Jahre leitende Funktionen in Industrie und Beratung</li> <li>■ Deutsch, Englisch, Franz.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Entwicklung und Umsetzung eines Innovationssystems für ein DAX30 Technologieunternehmen (Aviation)</li> <li>■ Digitalisierung und digitale Unternehmenstransformation</li> <li>■ Identifikation von Schrittmachertechnologien und Überführung in Geschäftspotenziale</li> <li>■ Kundenzentrierte Identifikation und Umsetzung von Geschäftsmodellen und Technologieinnovationen</li> </ul>



Quelle: MatrixPartner

# Die Teilnehmer bestätigen bisher alle den Mehrwert dieses eher ungewöhnlichen „Co-Creation“ Ansatzes für Unternehmen ...

## FEEDBACK ZU DEN BISHERIGEN PROJEKTEN



”

Mich hat vor allem das positive Klima unter den Co-Creation Teilnehmern überzeugt ...

Ein tolles, neues Format

Spannender Mix an Unternehmen mit ähnlichen Fragen

Die kritischen Fragen der Co-Creation Partner haben uns die eigentlichen Chancen/Risiken viel klarer gemacht!

Wir konnten innerhalb kurzer Zeit erste Innovationen testen

Meine Mitarbeiter waren stolz, dass andere Unternehmen von unseren Ideen begeistert waren!

„Lernen-von-anderen“ war bei uns sehr wertvoll!

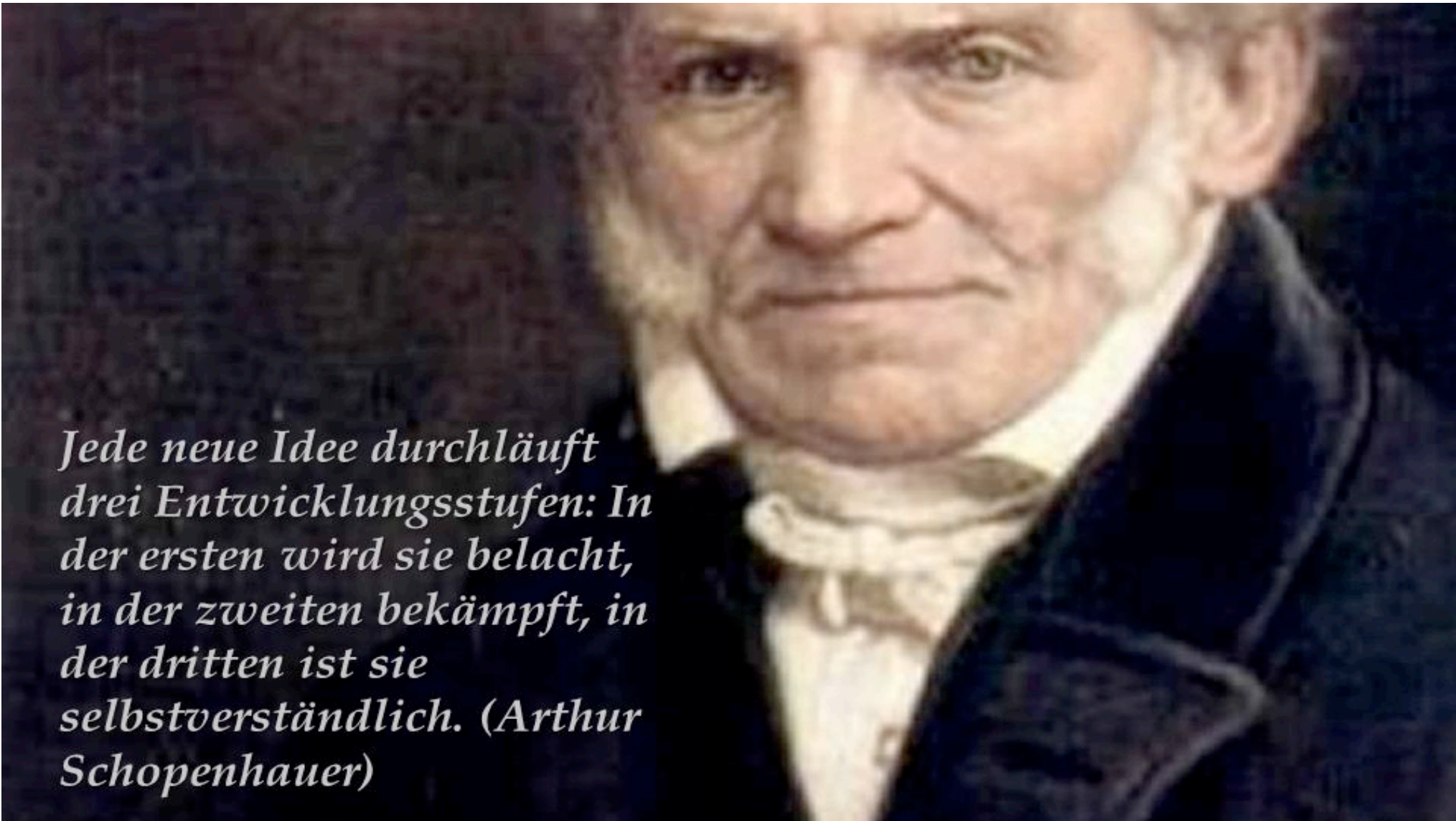
Ein reibungsloses und hervorragend organisiertes Projekt mit anderen Unternehmen – jederzeit wieder!

Es wurden viele für uns wichtige Themen erarbeitet!

”

Quelle: Expeditions- und Verbund-Projekte MatrixPartner



A close-up portrait of Arthur Schopenhauer, an elderly man with a serious expression, wearing a dark blue coat and a white cravat. The background is dark and textured.

*Jede neue Idee durchläuft  
drei Entwicklungsstufen: In  
der ersten wird sie belacht,  
in der zweiten bekämpft, in  
der dritten ist sie  
selbstverständlich. (Arthur  
Schopenhauer)*