



**Digitale Transformation der  
Wertschöpfung ermöglicht  
Agilität**

© FU OÖ/Smetana

**InnovationsDIALOG 2018**  
**Linz, 16.10.2018**  
**Herbert Jodlbauer**



**RESEARCH &  
DEVELOPMENT**

„You go to bed as an Industry Company and you wake up as a Software Company.“

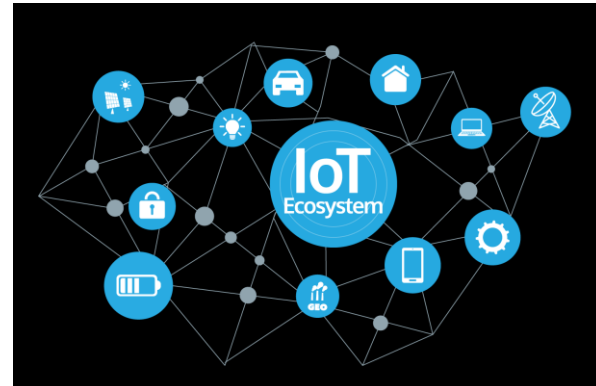
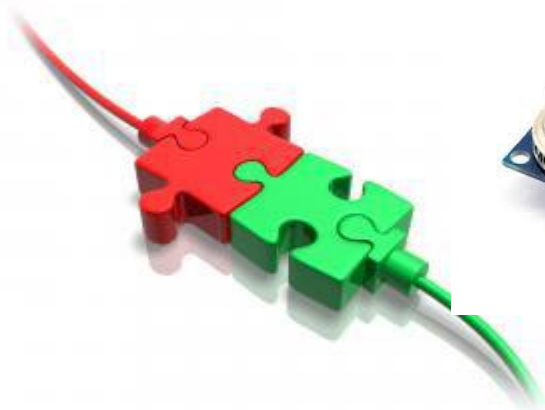
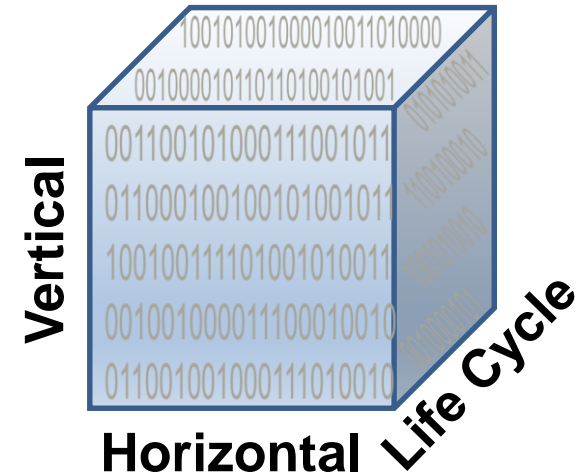
Jeffrey Immelt, GE

„For every plug-in connection we need a digital twin “

Frank Stührenberg, Phoenix Contact

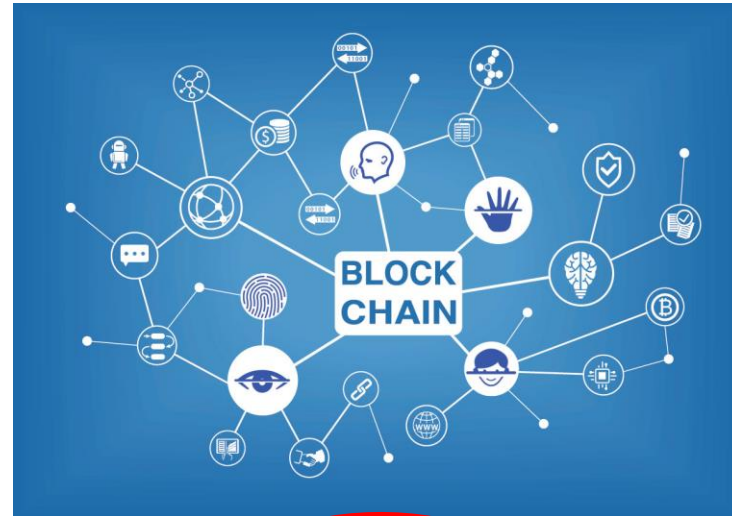
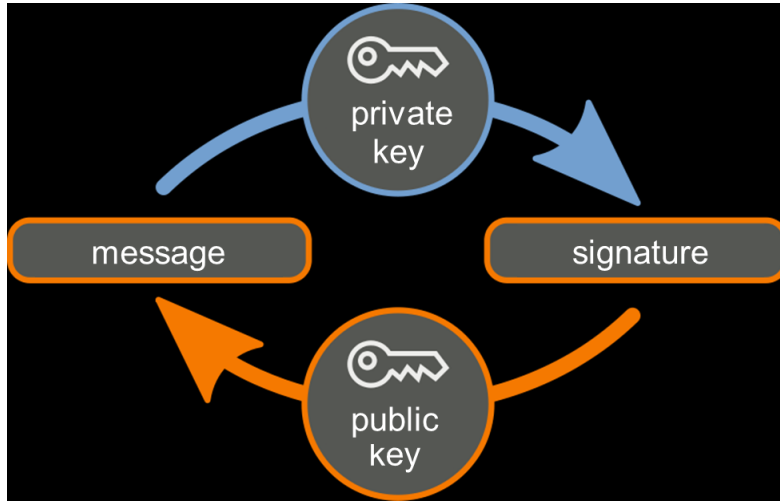
# Nutze IoT für alle Aktivitäten, Prozesse, Dienstleistungen, ...

Interoperability, plug & produce, Datendurchgängigkeit, ...



# Blockchain

**Kann Vertrauen schaffen. Neue Strukturen mit weniger “Mittelsmännern” sind möglich (disintermediation). Digitales Vertragswesen. Automatische Betrugserkennung, Sichere Authentifizierung**



# Additive manufacturing (3D Drucken)



Neue Geometrien, weniger  
Fertigungsschritte, weniger  
Komponenten, vorteilhafte  
Werkstoffeigenschaften, keine  
geometrieabhängigen Werkzeuge  
(Rüsten) ...

# Digitalisierung bedeutet

## ❑ Neue Transparenz

- ❑ Wissen was der Kunde braucht, bevor es der Kunde weiß (Medikamentenbereitstellung, Beiersdorf: Nivea Invisible Black and White)
- ❑ Kunden kennen weltweite Vergleichsangebote, Macht der Kunden steigt, Kundenloyalität sinkt, Kunde bewertet Lieferant

## ❑ Zeit und Ort

- ❑ Immer, sofort
- ❑ Ortsunabhängig, weltweit verfügbar, neue Globalisierung
- ❑ Ort der Beratung  $\neq$  Ort des Kaufes
- ❑ Schnell und billig änderbar, anpassbar, ...(Preise, Customization, Fehlerbehebung, Rückholaktion, ...)

## ❑ Kosten- und Umsatzstruktur

- ❑ Hauptumsatztreiber ist nicht mehr das physische Produkt
- ❑ Betreibermodelle, leistungsabhängige dynamische Preise
- ❑ Kontinuierliche Zahlungsströme
- ❑ Kürzere C2CC
- ❑ Änderungskosten, Wechselkosten, Grenzkosten werden “vernachlässigbar”
- ❑ Kosten sind unabhängig vom Grad der Personalisierung

# Digitalisierung bedeutet

- ❑ Aus dem „Rohstoff Daten“ „verwertbares Wissen“ transformieren
- ❑ Hauptumsatzträger werden nicht mehr die physischen Produkte sein, sondern die Erledigung einer Aufgabe für den Kunden, das Lösen eines Kundenproblems oder dem Kunden einfach Gutes tun
- ❑ Zielkunden noch mehr ins Zentrum rücken: Kundenzentriertheit, Integration der Kunden in die Wertschöpfung, Mehrwert für den Kunden, Bedarfsweckung, ...
- ❑ Personalisierung (statt Varianten)
- ❑ On Demand (statt Just In Time)
- ❑ kontextsensitiv (statt statisch) , ...
- ❑ Bereitschaft alte Geschäftslogik über Bord zu werfen und (völlig) Neues zu denken und zu tun

# ... und was brauchen wir dazu?

in modulare und dynamische  
Strukturen und Prozesse

- Von Hardware zu **Software**
- Vom Produkt zur **(digitalen) Dienstleistung**
- Vom Vertrieb zur **(offenen) Plattform**
- Vom Einzelspieler zum **Netzwerker**

**Überführung statischer  
Strukturen und Prozesse**



# Aktuelle Bücher von H. Jodlbauer

