

SEF Digital Talk:

Geschäftsmodelle und Digitalisierung -Chancen und Möglichkeiten

**Stand der Digitalisierung von Geschäftsmodellen
zu Industrie 4.0 im Mittelstand**

Ein Forschungsprojekt der Technischen Hochschule Mittelhessen

Oktober 2020

Technische Hochschule Mittelhessen: Daten und Fakten

Die THM ist die drittgrößte Hochschule für angewandte Wissenschaften (HAW) Deutschlands und die größte HAW in Hessen



- >18500 Studierende
- > 2.500 ausländische Studierende
- > 1.100 Beschäftigte



- 12 Fachbereiche und Wissenschaftliches Zentrum
Duales Hochschulstudium (ZDH)
- 41 Bachelor- und 28 Masterstudiengänge
- 3 Standorte (Friedberg, Gießen, Wetzlar)

Das Studienspektrum umfasst

**BIOWISSEN-
SCHAFTEN**

**INGENIEUR-
WISSEN
SCHAFTEN**

**GEBÄUDE-
TECHNIK UND
IMMOBILIEN-
MANAGEMENT**

INFORMATIK



5. Allgemeine Studiensituation (Studi-Urteil)	1,6
4. Betreuung durch Lehrende (Studi-Urteil)	1,7
3. Kontakt zur Berufspraxis (CHE-Urteil)	●
2. Unterstützung am Studienanfang (CHE-Urteil)	●
1. Internationale Ausrichtung (CHE-Urteil)	●

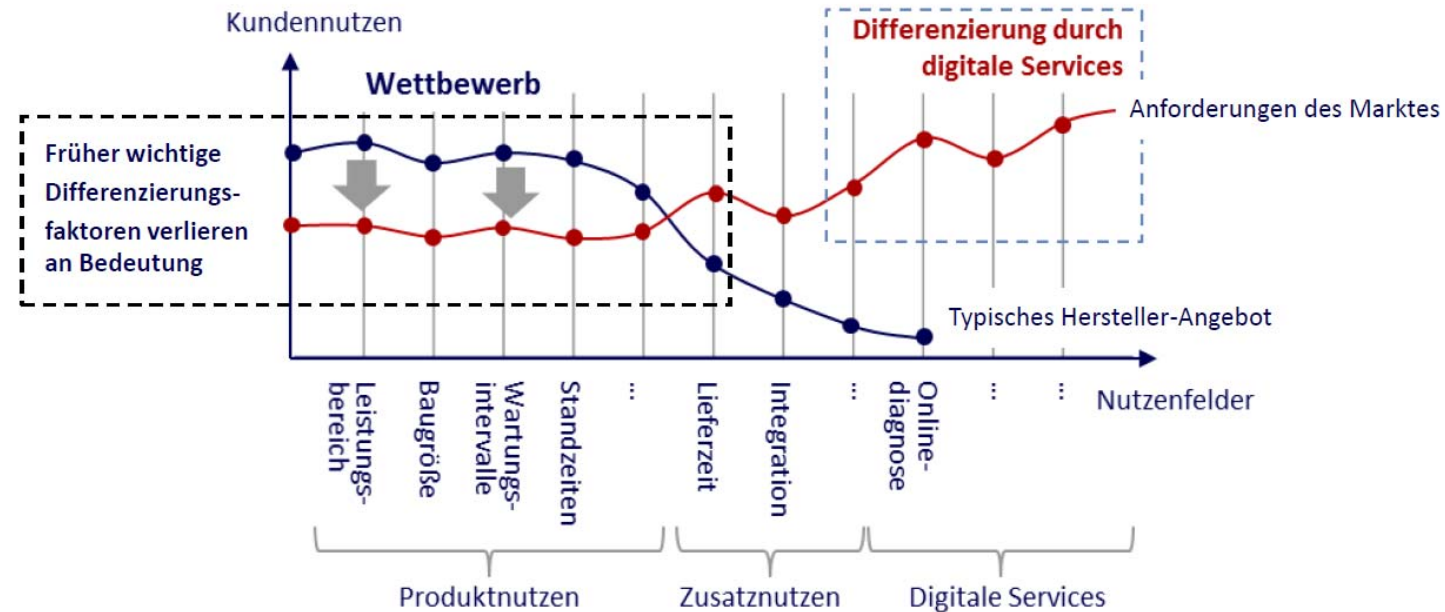
LEIT

Ein Geschäftsmodell ist:

die Summe aller Aktivitäten eines Unternehmens, um für Kunden einen Mehrwert zu schaffen und damit Geld zu verdienen!

Der Produktnutzen verliert an Bedeutung...

Neue Nutzenfaktoren im Vordergrund – dadurch ändert sich auch die Rolle der Fabrikaurüster gegenüber ihren Kunden und somit das eigene Selbstverständnis



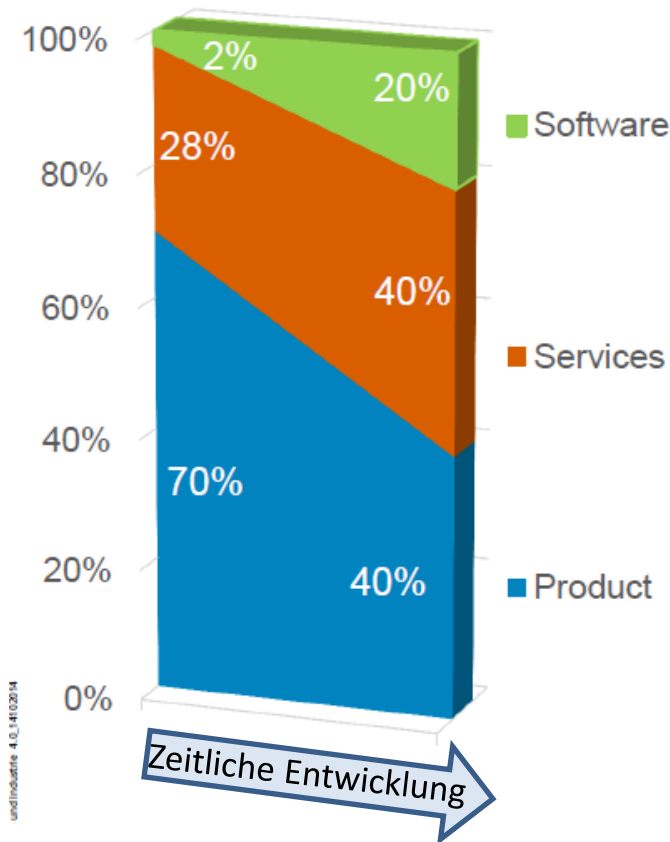
**Neue Geschäftsmodelle erfordern neue Kompetenzen
 und auch einen Wandel der Unternehmenskultur**

Quelle: Bellersheim, Wieselhuber & Partner, 2016

Große Chance durch neue Geschäftsmodelle

Datenbasierte Dienstleistungen und neue Geschäftsmodelle

(Quelle: Technology Services Industry Association TSIA)



Trends:

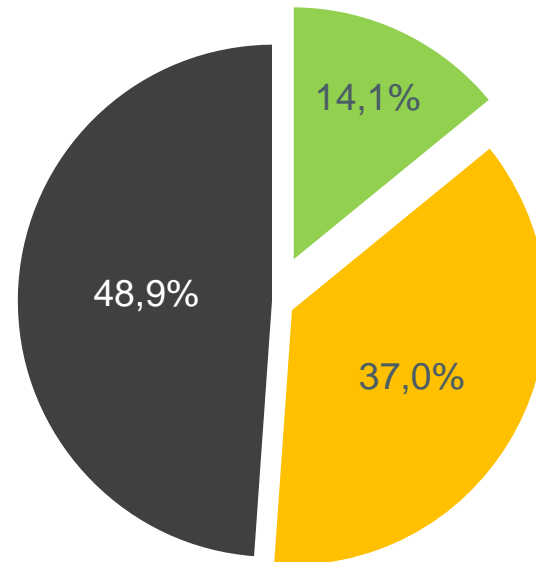
- Dienstleistungen und Software werden bis 2020 einen höheren Umsatzanteil ausmachen
- Der Druck auf die Margen im reinen Produktgeschäft wird steigen

Herausforderungen:

- Professioneller Softwareverkauf und Verlauf von Wartungsleistungen
- **Neue Geschäftsmodelle für Produkte, Dienstleistungen/Services, Software und Cloudangebote**

Die Studie: 56 detaillierte Fragen zu Geschäftsmodellen in 12 Kategorien

Teilnehmerübersicht in Prozent



■ Teilgenommen ■ Abgebrochen ■ Nicht teilgenommen

Insgesamt wurden **759** Unternehmen angeschrieben

107 Teilnehmer

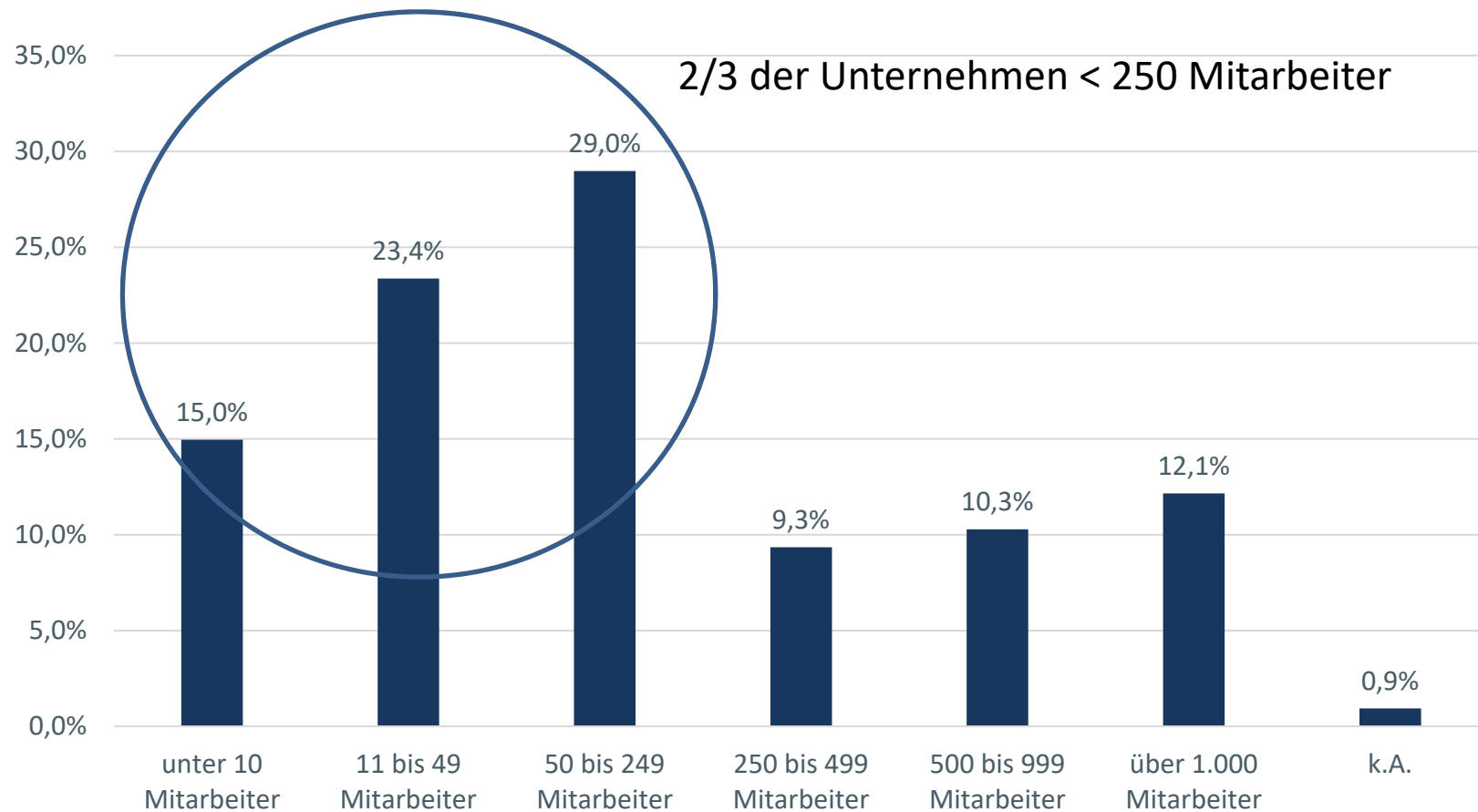
Dies entspricht einer Teilnehmerquote in Höhe von **14,1%**

37,0 % der Unternehmen haben zwar die Webseite aufgerufen, aber die Umfrage entweder nicht durchgeführt oder während der Umfrage abgebrochen

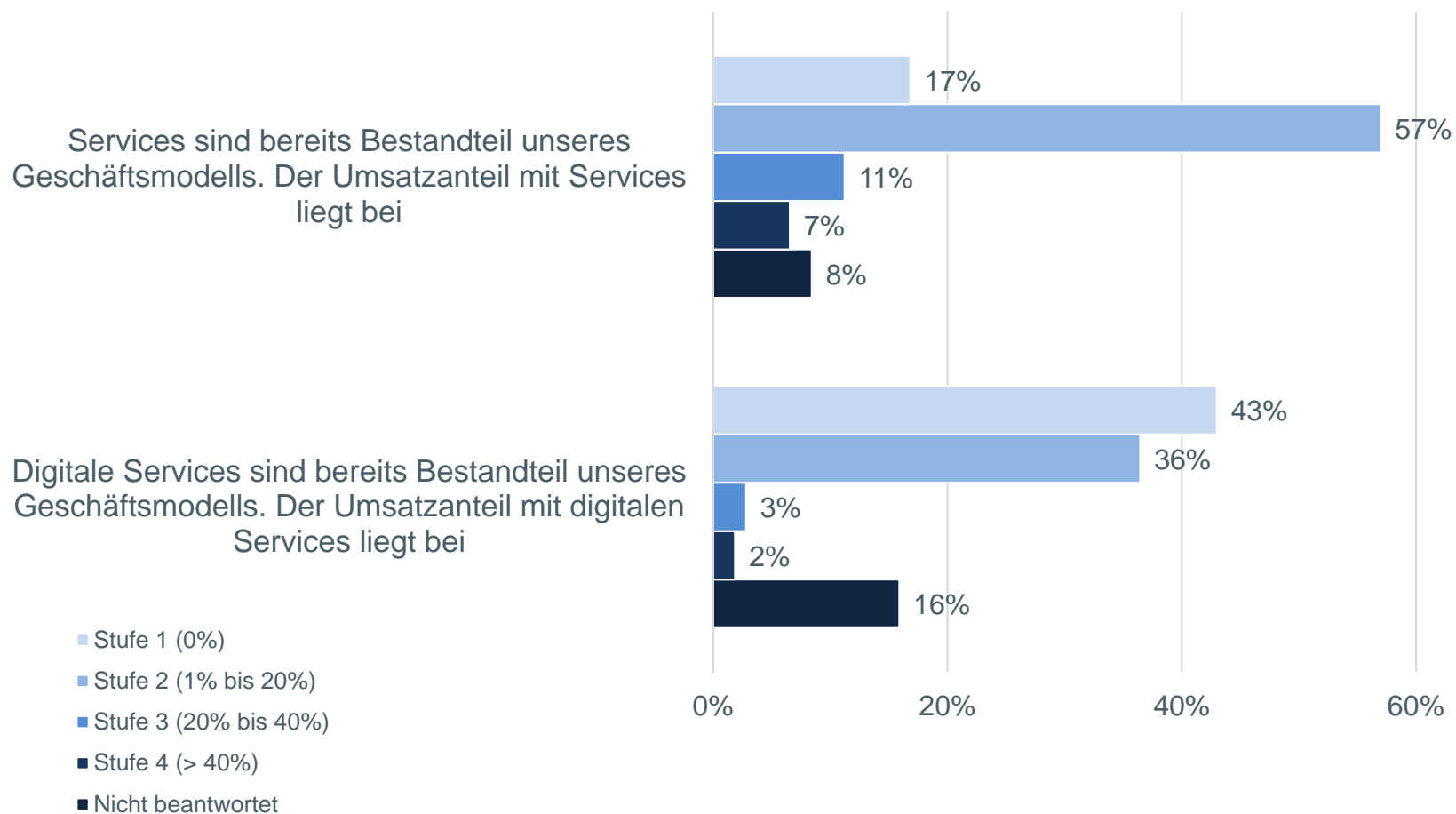
Teilnehmerzahl nach der Branche aufgeteilt

Branche	Anzahl	prozentualer Anteil
Maschinen- und Anlagenbau	40	37,4
Herstellung von sonstigen Produkten	18	16,8
Ausrüster für elektrische/elektronische Baugruppen und Produkte	15	14,0
Metallerzeugung und -bearbeitung	11	10,3
Herstellung von Kunststoff- und Gummiprodukten	8	7,5
Ausrüster für Energie und Technik	5	4,7
Werkzeug- und Formenbau	4	3,7
Gießerei	2	1,9
Herstellung von Glaswaren und Verarbeitung von Glas	2	1,9
Reparatur und Wartung von Maschinen/Anlagen	1	0,9
Sonstige Bearbeitung von Eisen und Stahl	1	0,9
Gesamt	107	100

Teilnehmer nach der Firmengröße in Prozent



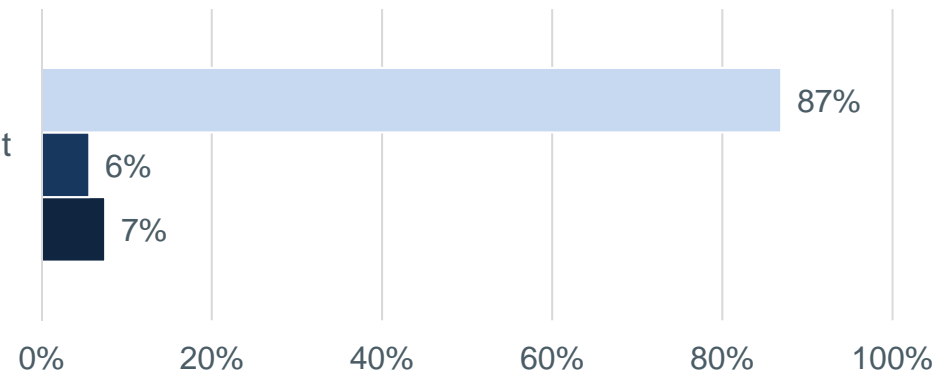
Grundlegendes zum Geschäftsmodell



Grundlegendes zum Geschäftsmodell

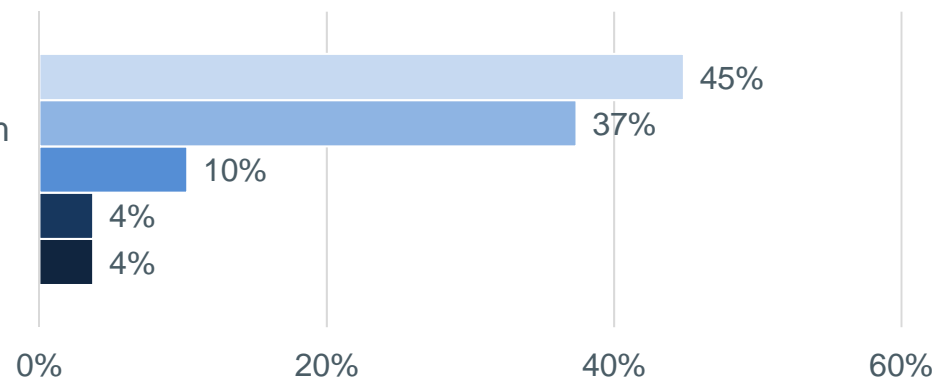
Unser Service ist als eigene Geschäftseinheit (z.B. separate GmbH) organisiert

- Stufe 1 (Nein)
- Stufe 2 (Ja)
- Nicht beantwortet

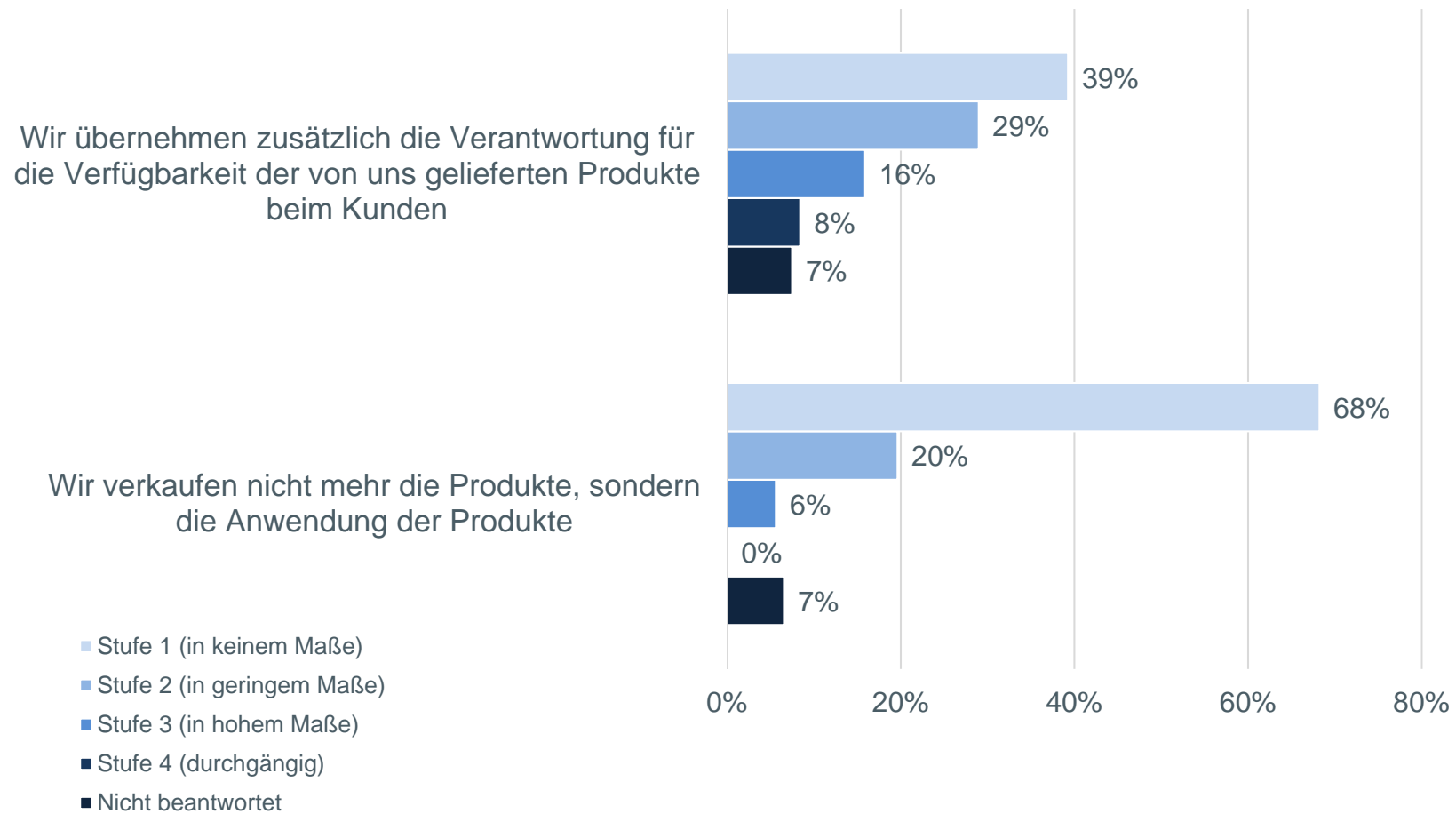


Wir können uns auf unsere Produkte beim Kunden aufschalten und Vorschläge zur Wartung/Instandhaltung machen


- Stufe 1 (in keinem Maße)
- Stufe 2 (in geringem Maße)
- Stufe 3 (in hohem Maße)
- Stufe 4 (durchgängig)
- Nicht beantwortet



Grundlegendes zum Geschäftsmodell











Active poll



Join at
slido.com
#14574

Was sind ihre Digitalisierungsvorhaben in 2021 000

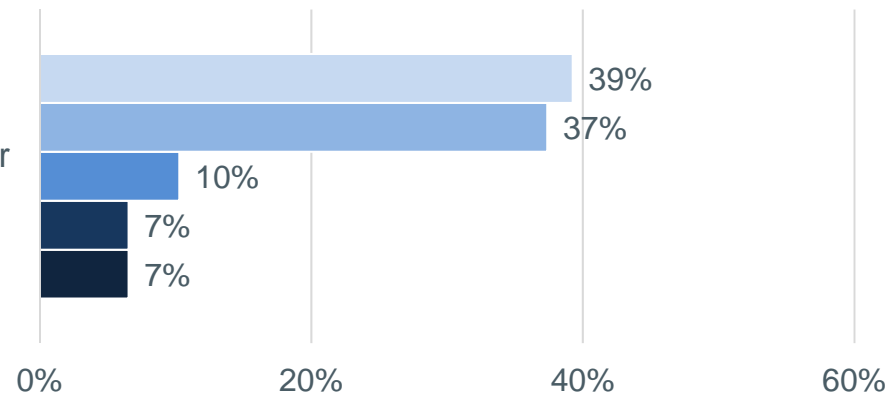
13:47        Steuerung anfordern 

Bienek

Individualisierung der Produkte

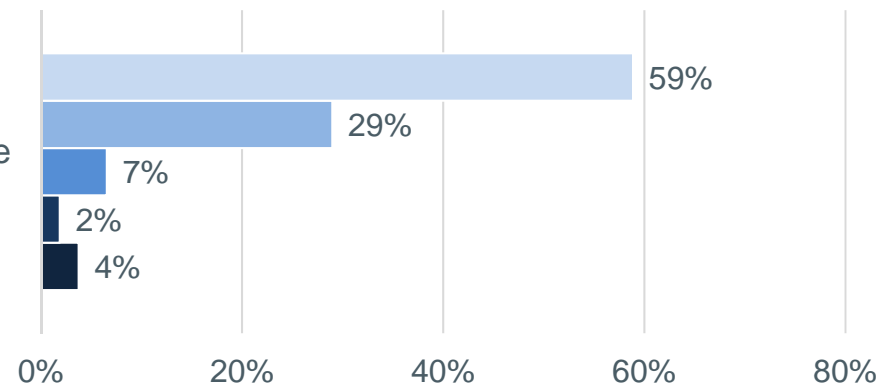
Wir stellen unseren Kunden geeignete Tools zur Konfiguration unserer Produkte zur Verfügung

- Stufe 1 (überhaupt nicht)
- Stufe 2 (für ausgewählte Produkte)
- Stufe 3 (für viele Produkte)
- Stufe 4 (für alle Produkte)
- Nicht beantwortet



Mithilfe eines Online-Konfigurators können, innerhalb eines vorgegebenen Rahmens, unsere Produkte kundenindividuell zusammengestellt werden

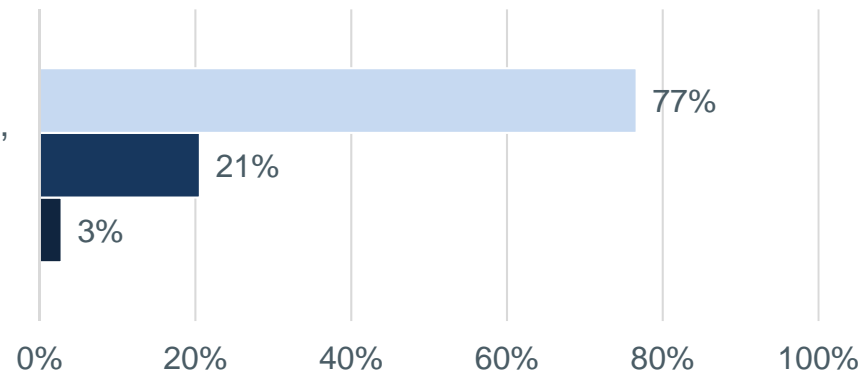
- Stufe 1 (überhaupt nicht)
- Stufe 2 (ausgewählte Produkte)
- Stufe 3 (viele Produkte)
- Stufe 4 (alle Produkte)
- Nicht beantwortet



Vertrieb

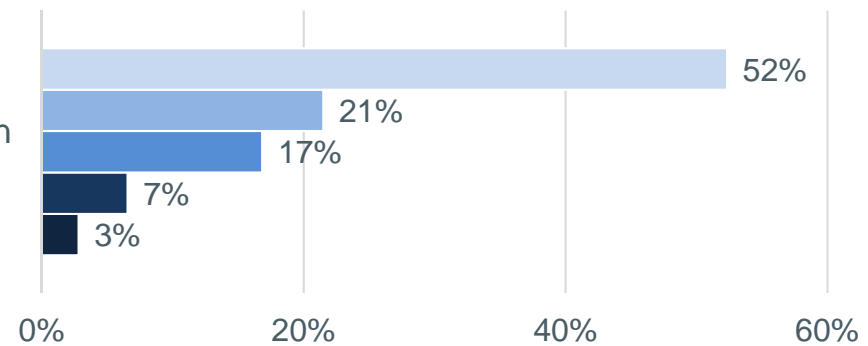
Wir stellen geeignete Online-Tools zur Verfügung, um den Kunden die Bestellung unserer Produkte sehr leicht zu machen

- Stufe 1 (Nein)
- Stufe 2 (Ja)
- Nicht beantwortet

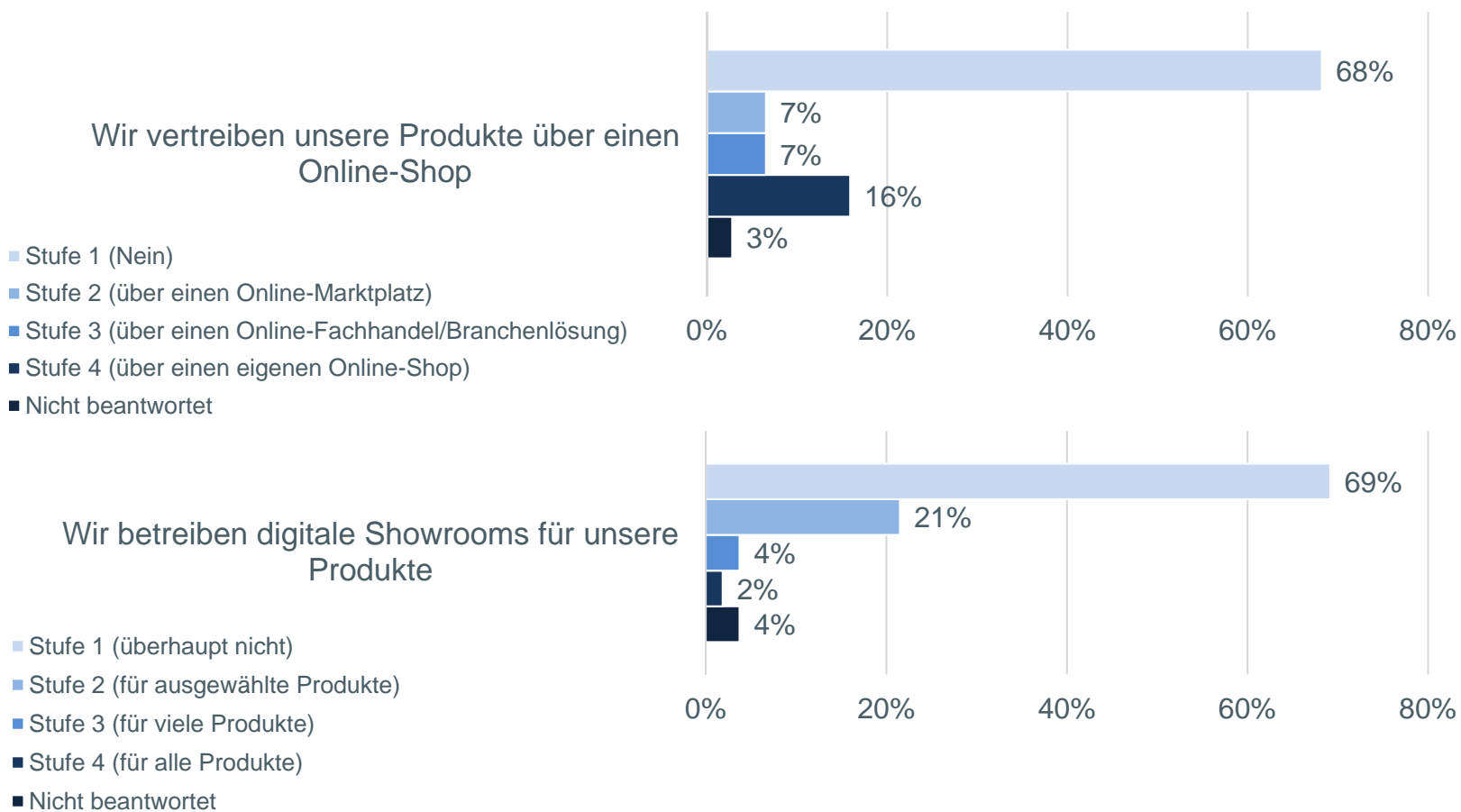


Wir bieten unseren Kunden die Übermittlung von Bestellungen über eine EDI-Schnittstelle an

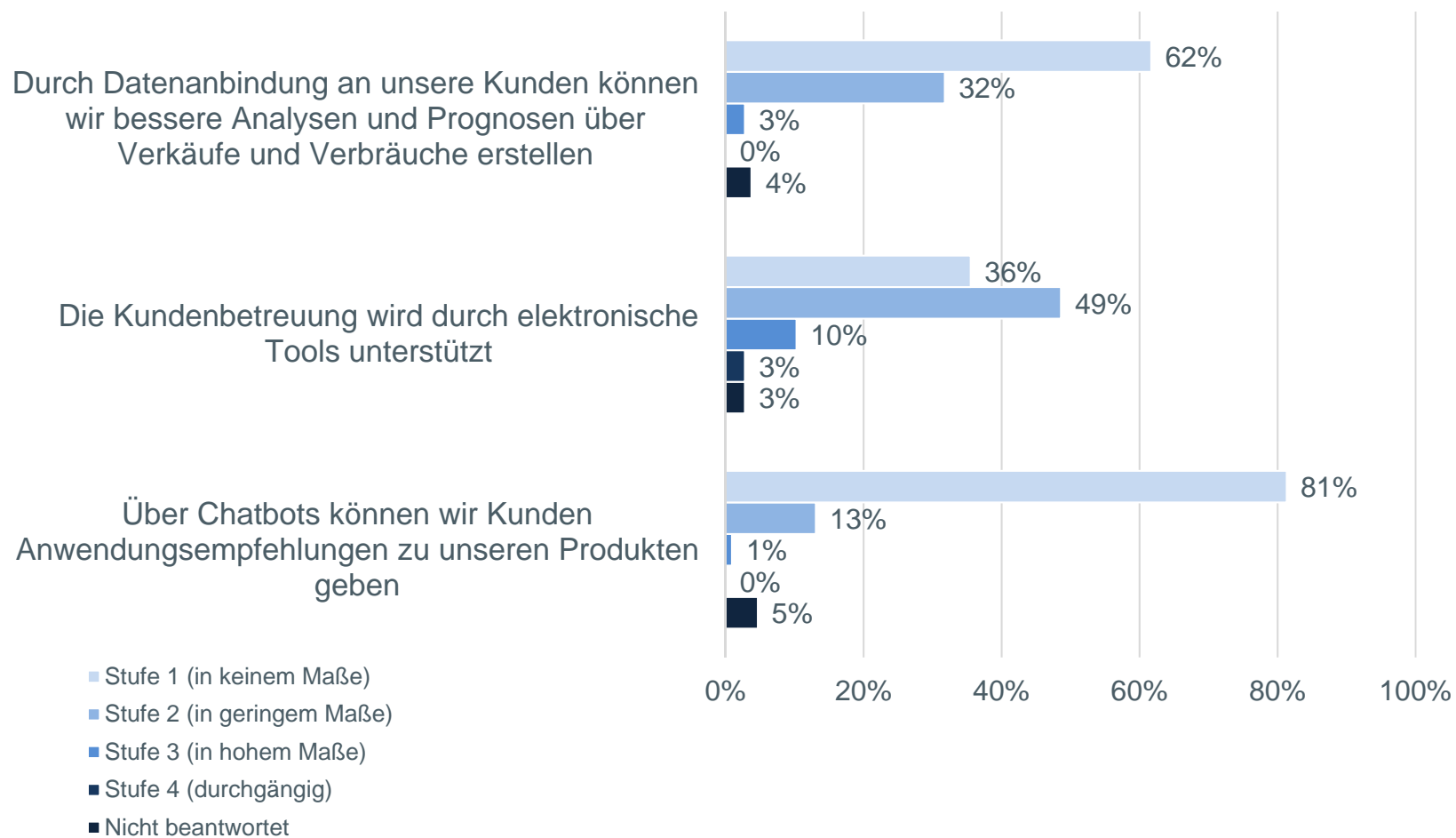
- Stufe 1 (in keinem Maße)
- Stufe 2 (in geringem Maße)
- Stufe 3 (in hohem Maße)
- Stufe 4 (durchgängig)
- Nicht beantwortet



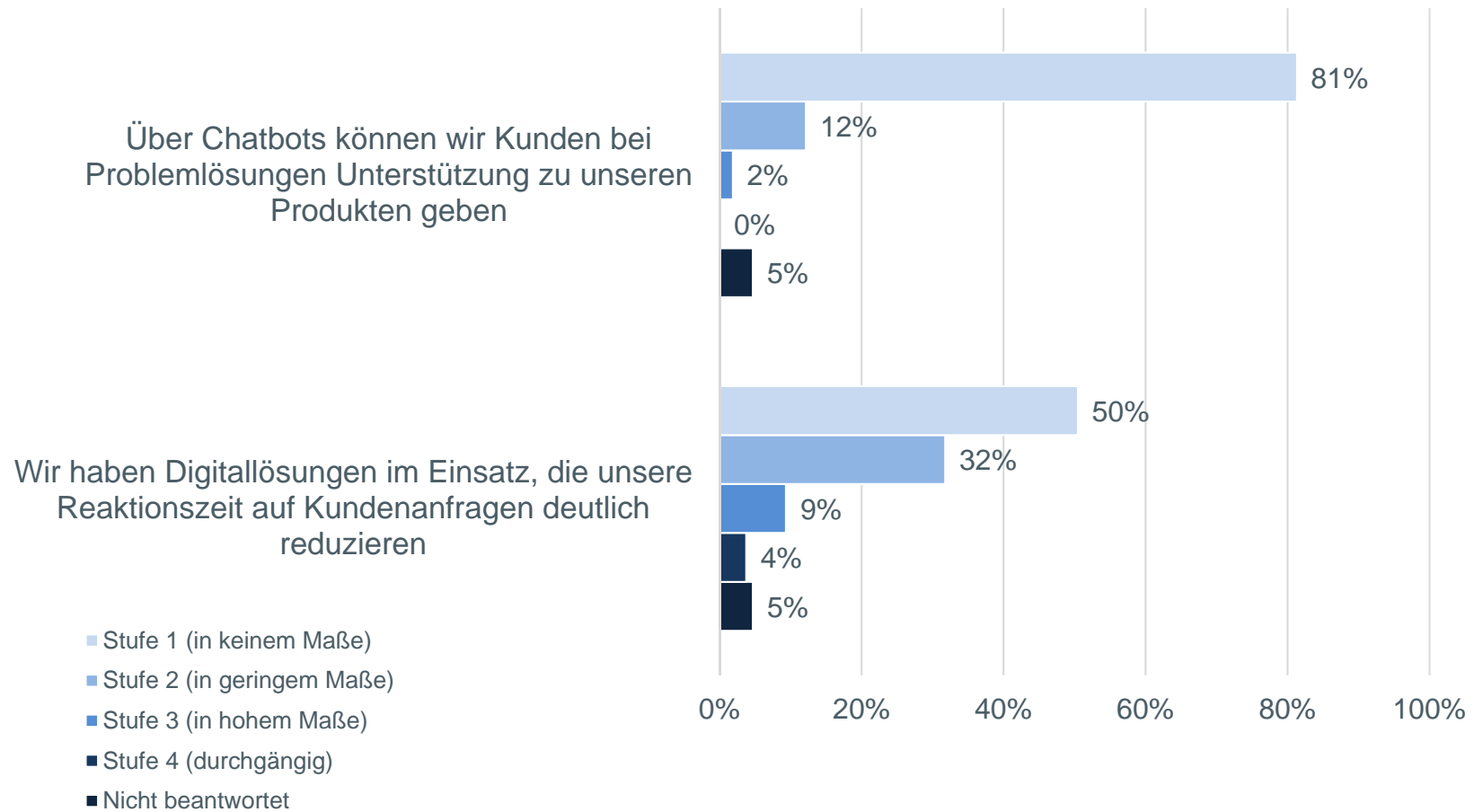
Vertrieb



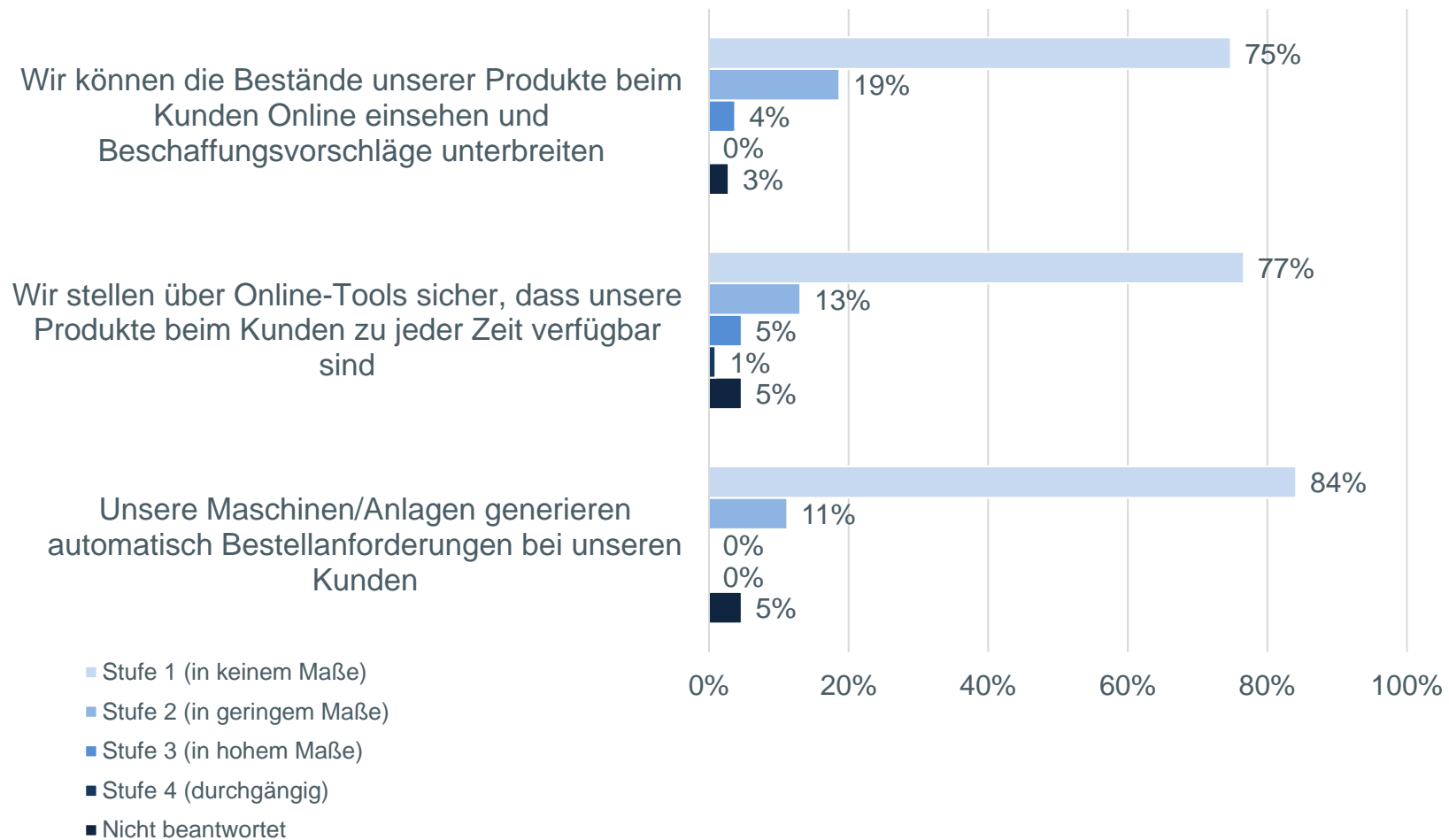
Vertrieb



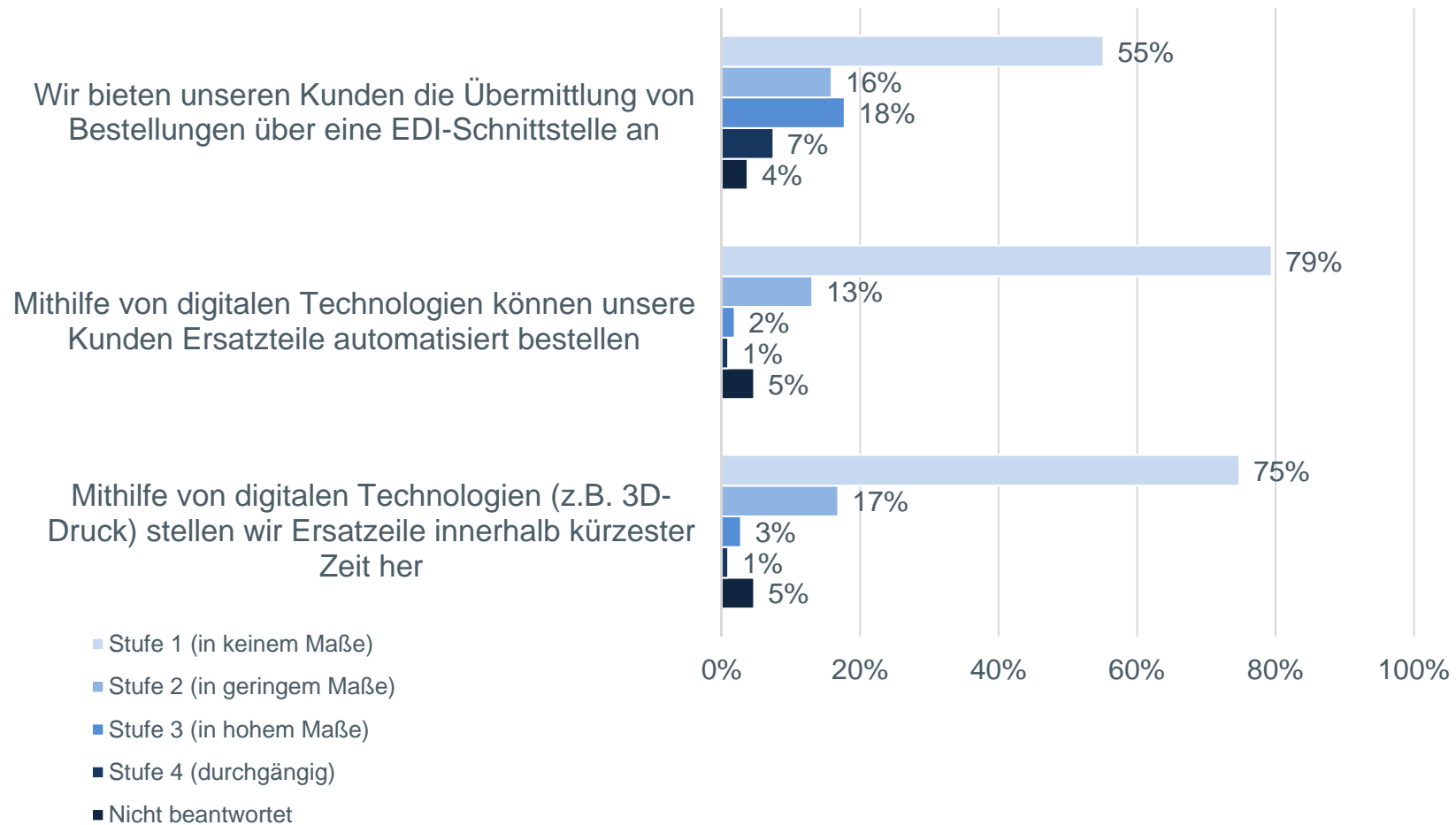
Vertrieb



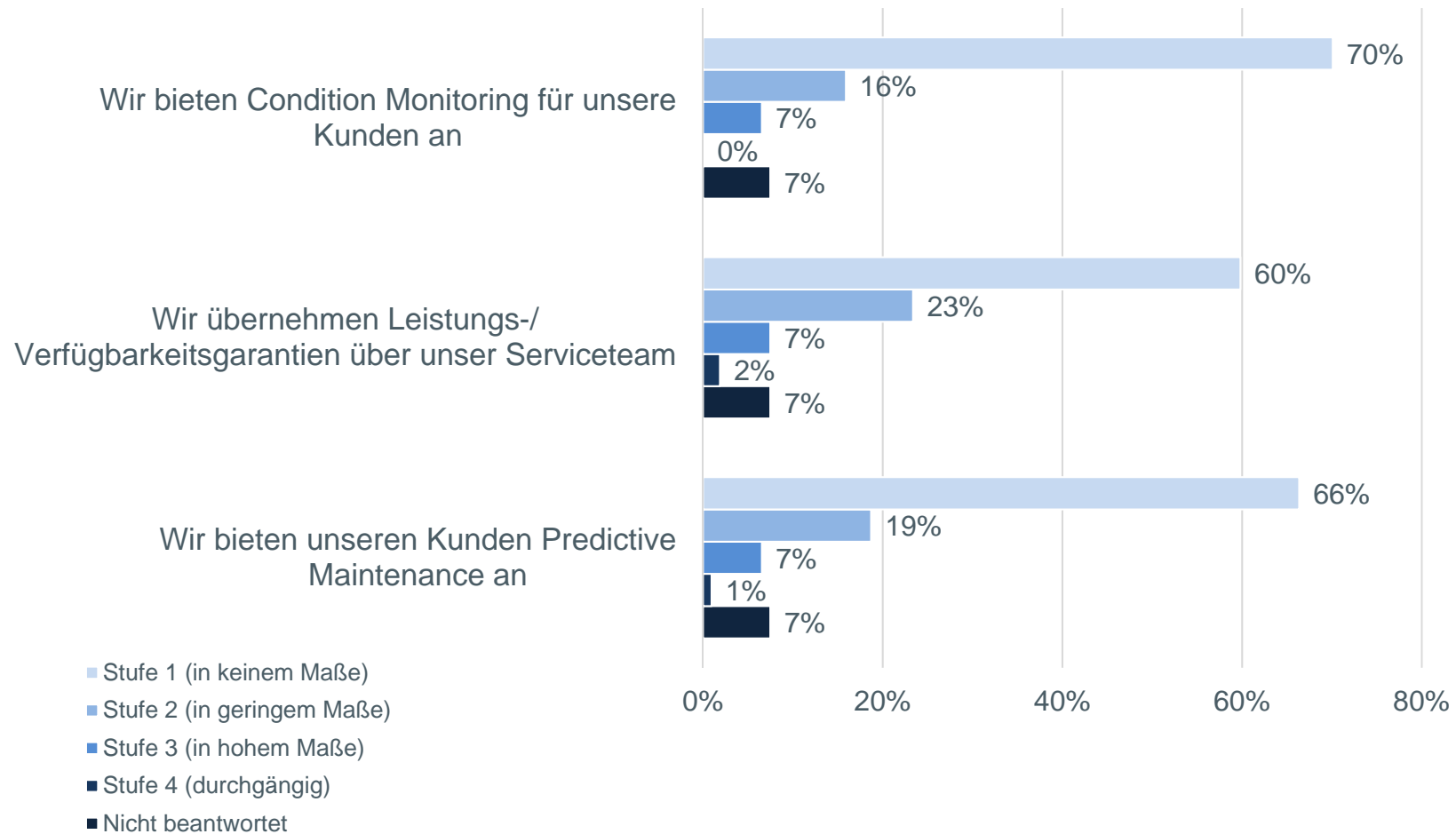
Bestands- und Ersatzteilmanagement



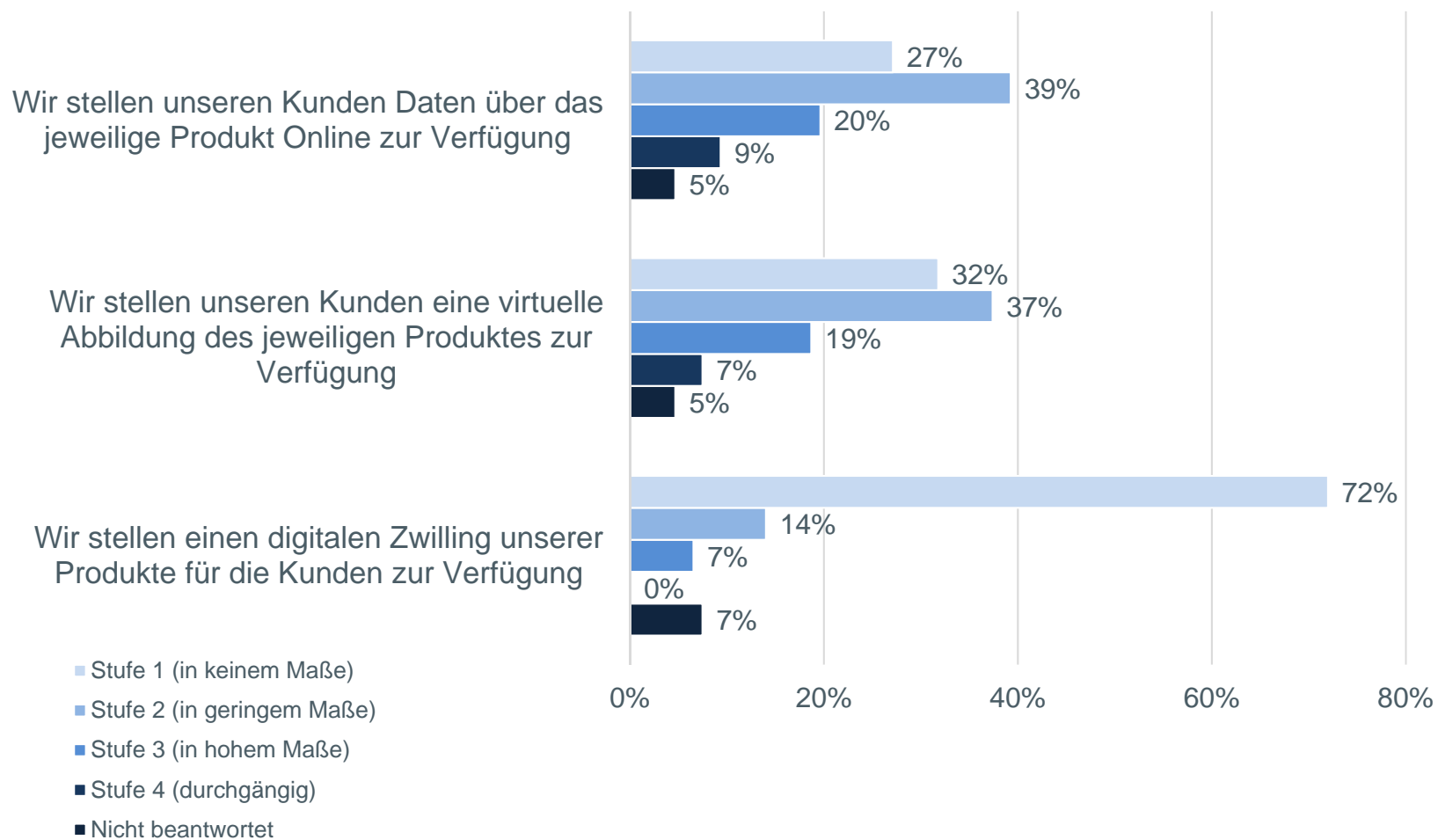
Bestands- und Ersatzteilmanagement



Instandhaltungsservice



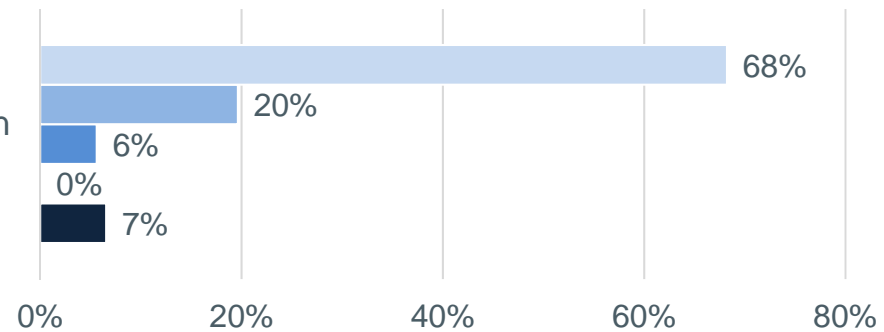
Weitere Services



Weitere Services

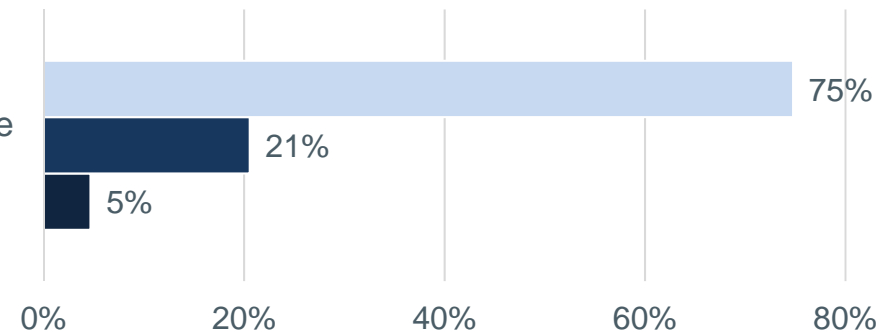
Wir stellen dem Kunden mobile Apps zu unseren Produkten zur Verfügung

- Stufe 1 (überhaupt nicht)
- Stufe 2 (für ausgewählte Produkte)
- Stufe 3 (für viele Produkte)
- Stufe 4 (für alle Produkte)
- Nicht beantwortet

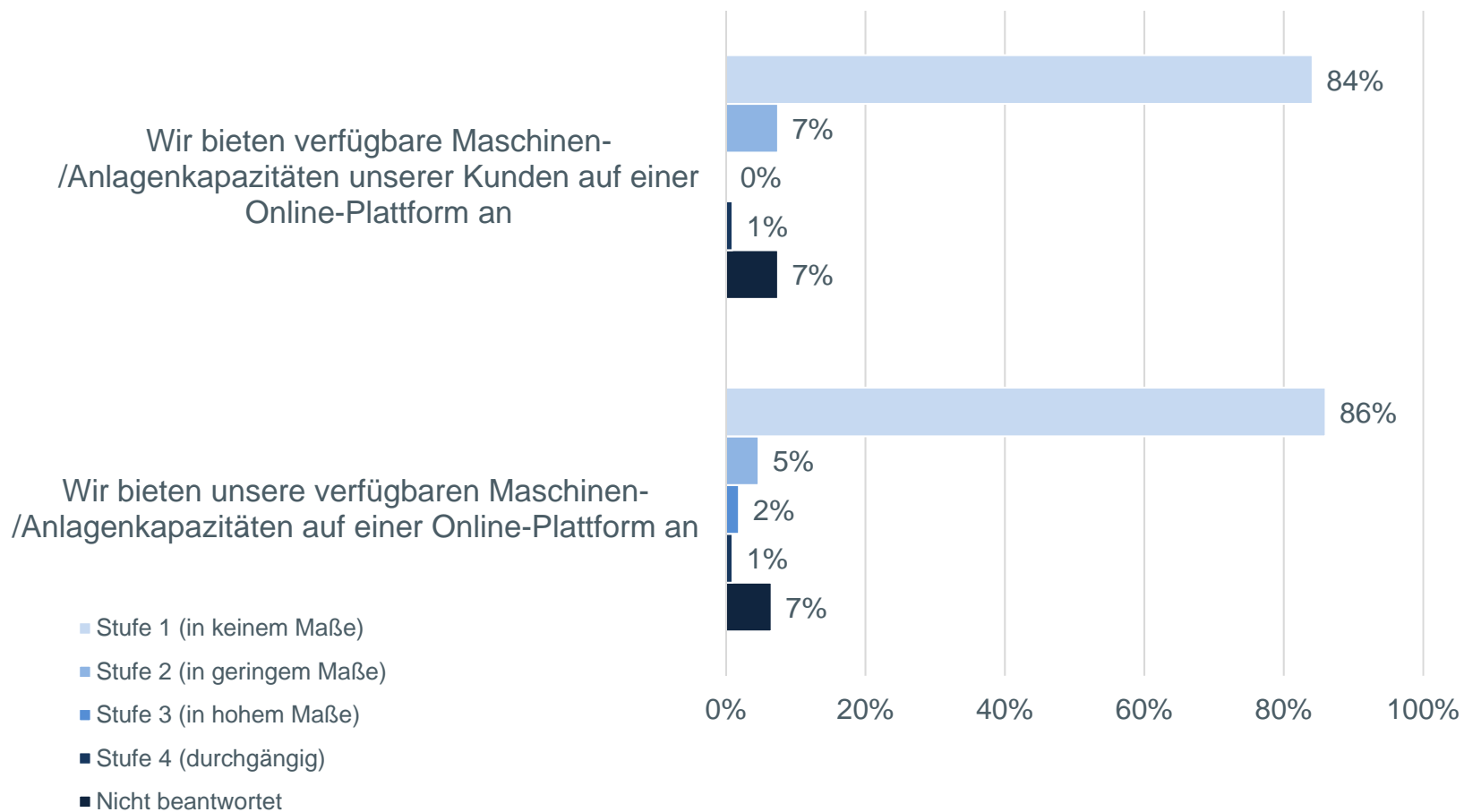


Wir bieten unseren Kunden digitale Schulungen/Webinare an

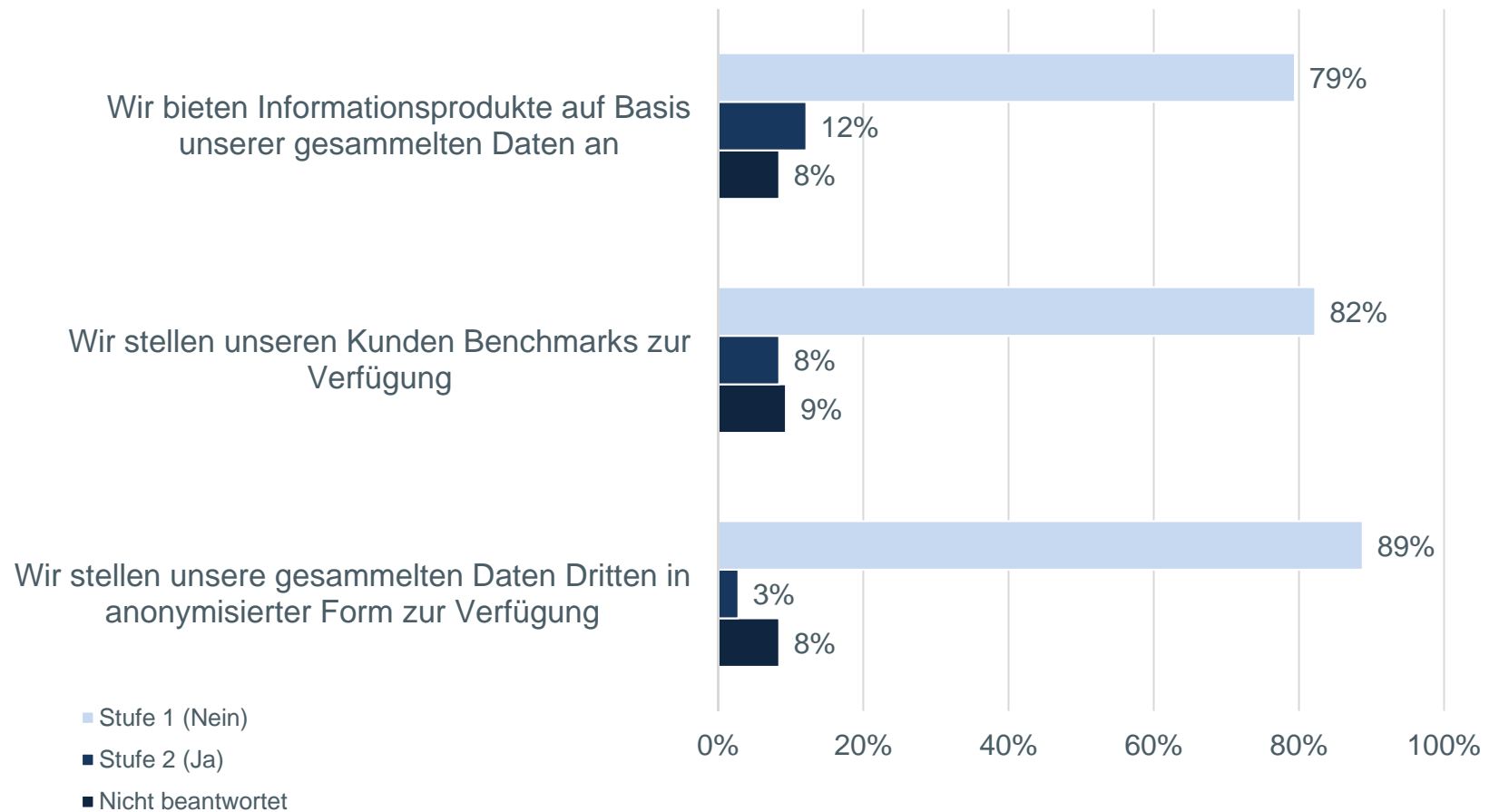
- Stufe 1 (Nein)
- Stufe 2 (Ja)
- Nicht beantwortet



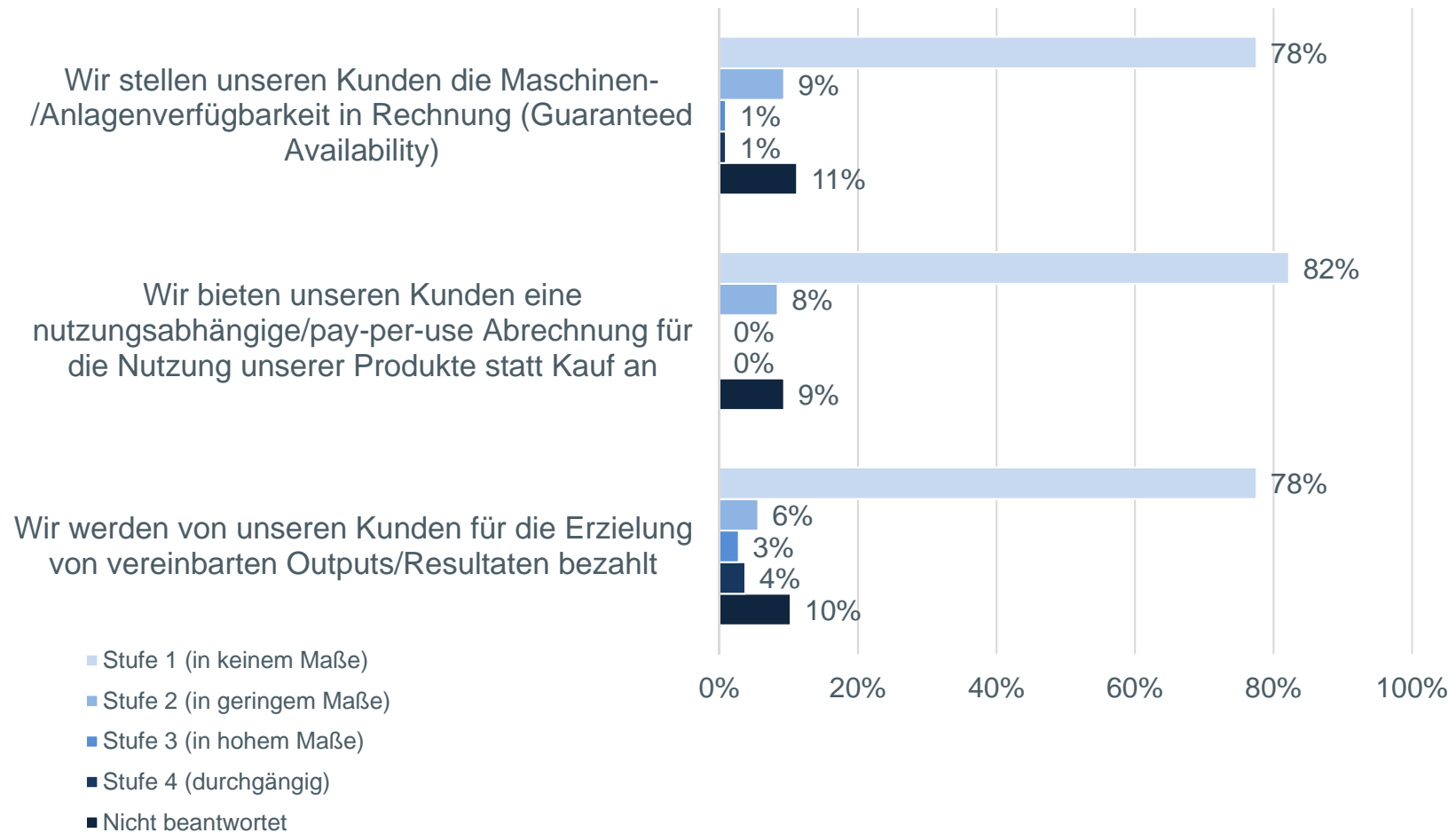
Plattformen



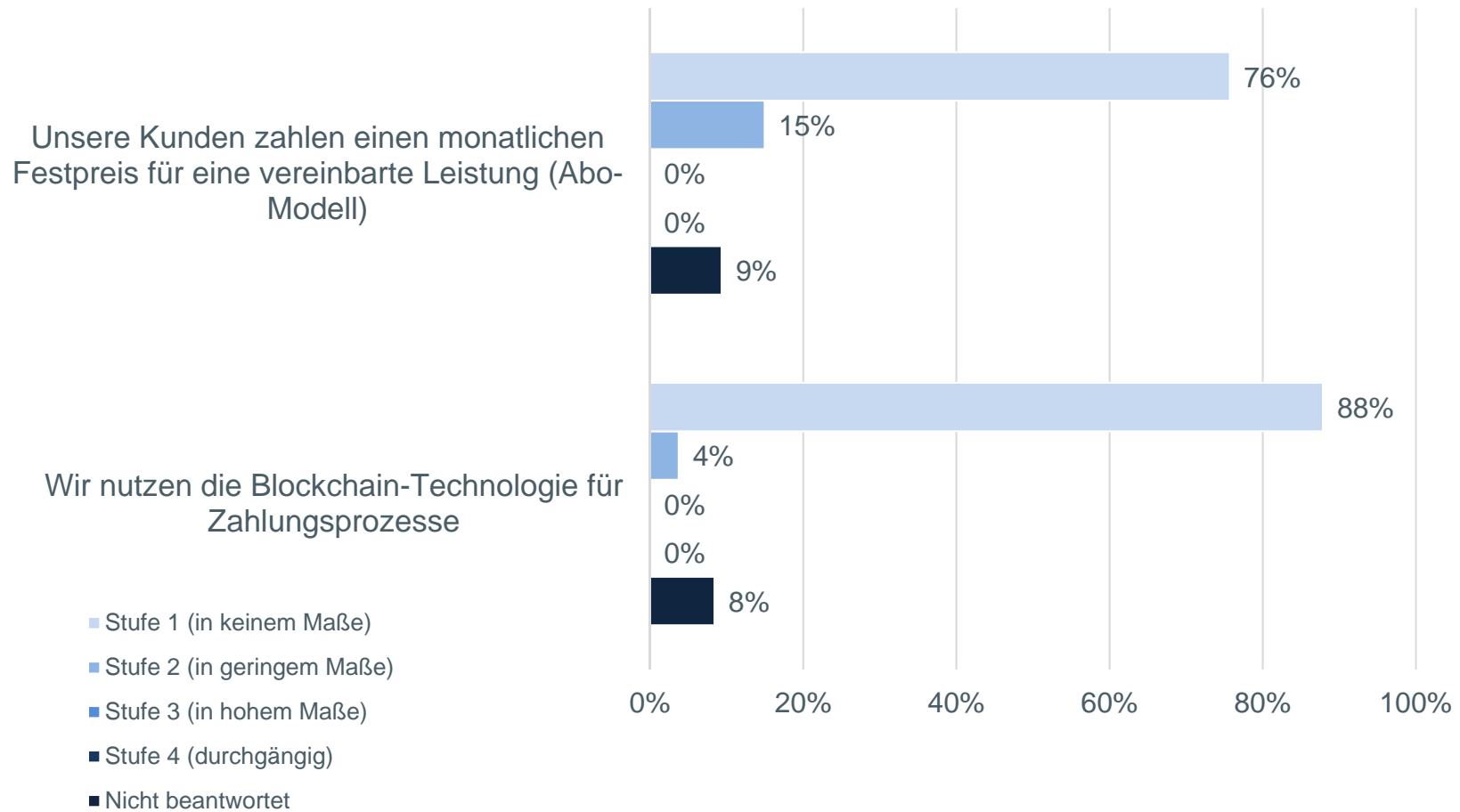
Datenaufbereitung/-auswertung



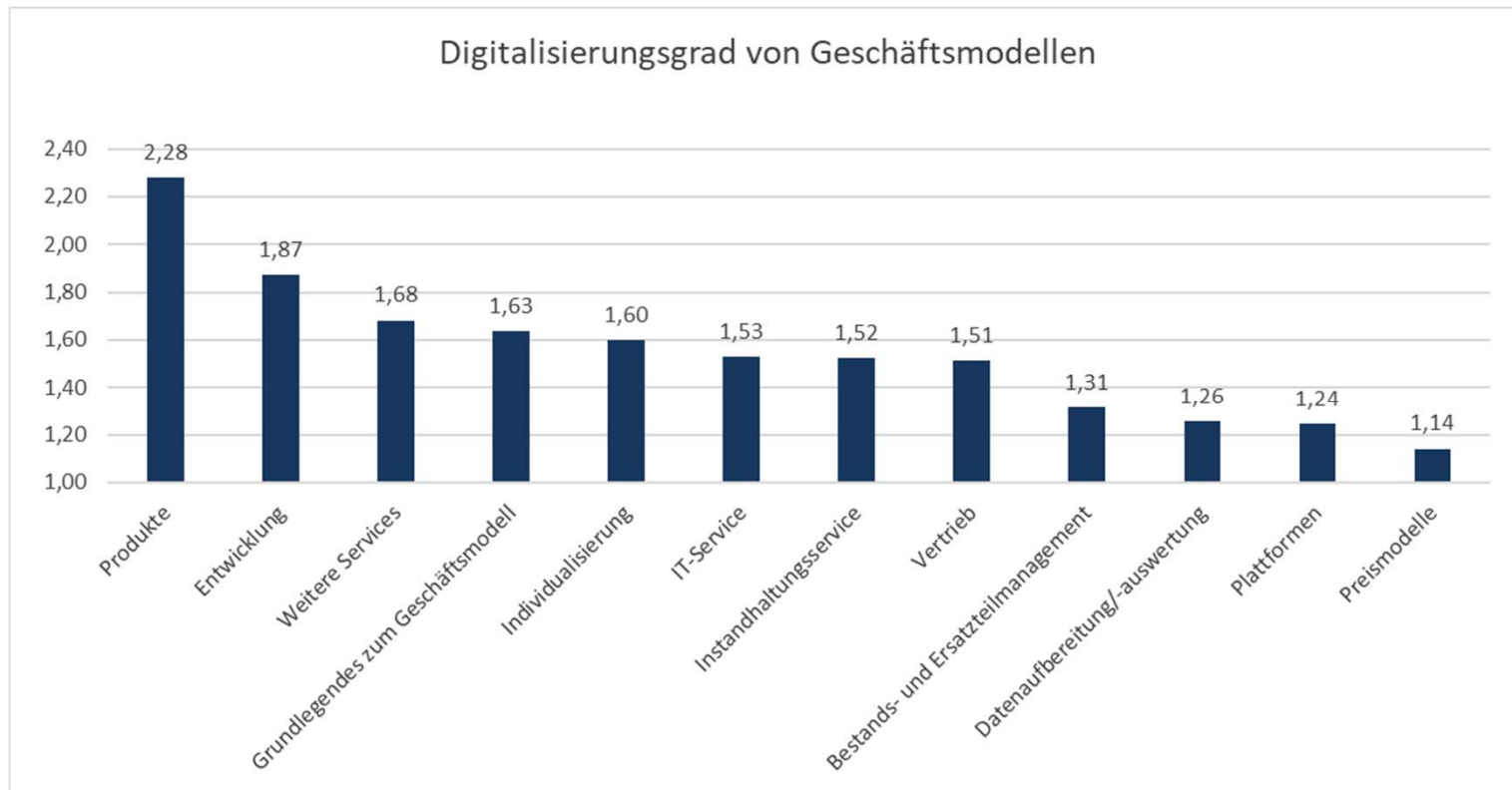
Monetarisierung



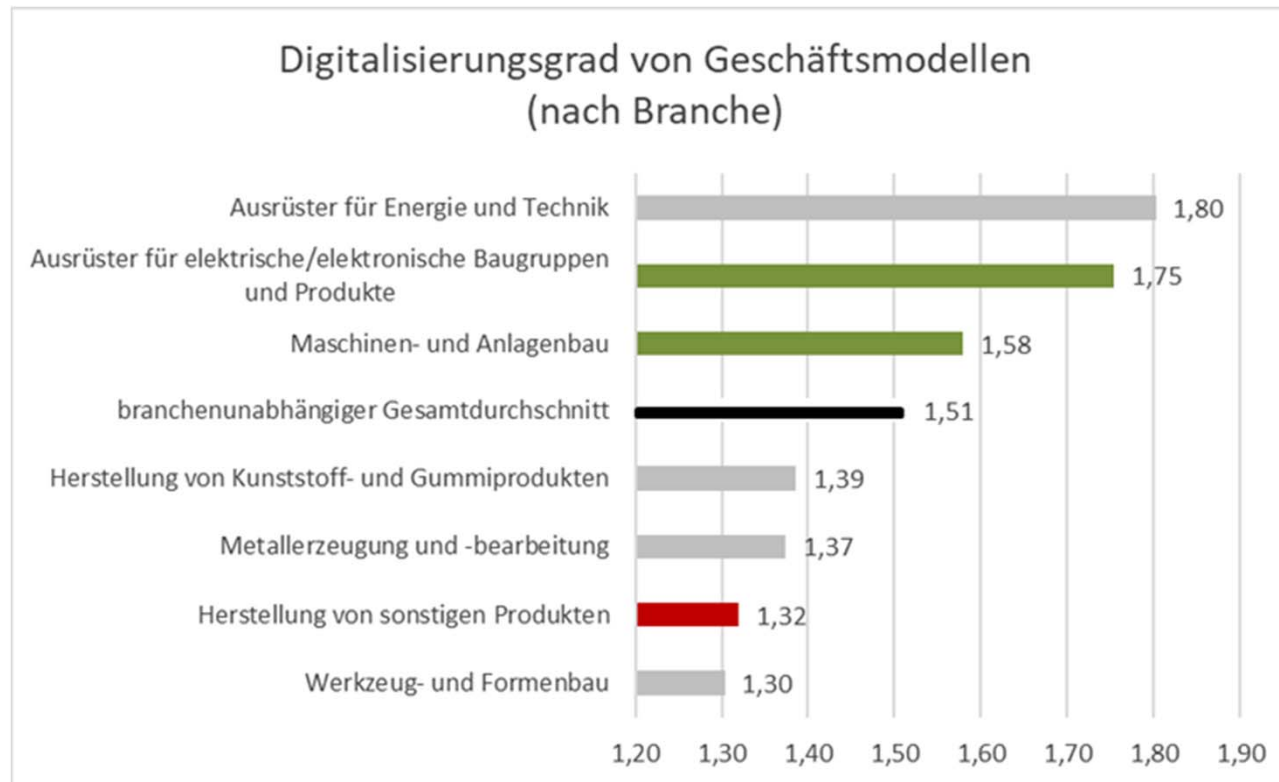
Monetarisierung



Digitalisierungsgrad insgesamt „verhalten“



Elektro/Elektronik bei Digitalisierung vorne



Kernaussagen

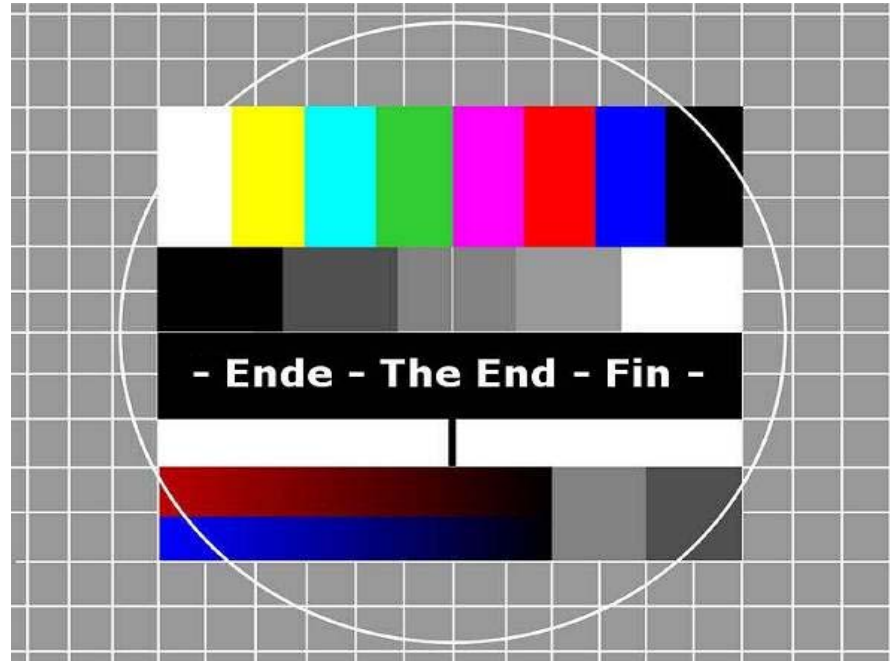
Geschäftsmodelle noch sehr Produkt-lastig; Monetarisierung immer noch hauptsächlich durch den Produkt-Verkauf
-> Chancen liegen im Service

Individualisierung der Produkte durch digitale Tools noch in den Anfängen
-> Potential für digitale Konfiguratoren

Wenig Online-Tools (Online-Shops, digitale Showrooms) für die Kunden
-> hier besteht dringlicher Handlungsbedarf

Digitalisierung im Bestands-/Ersatzteilmanagement und im Instandhaltungsservice noch „basic“
-> ebenso große Potentiale

Nutzung von Plattformen spielt noch keine Rolle
-> Markterschließungs-Chancen



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

http://digdok.bib.thm.de/volltexte/2020/5357/pdf/THM_Hochschulschriften_13_Endfassung.pdf