Disruptives Denken: Die digitale Transformation beginnt im Kopf

**Die Digitalisierung verändert Märkte und Unternehmen in einem nie gekannten Ausmaß. Bis 2030 wird das Tempo der Veränderungen noch einmal drastisch zunehmen. Aber wie kann man davon profitieren und Gewinner dieses digitalen Wandels werden? Dr. Jens-Uwe Meyers Gastbeitrag zeigt, wie disruptives Denken gelingt und wie es Ihnen, dem Team und dem ganzen Unternehmen weiterhilft.**

Stellen Sie sich vor, Sie würden heute Ihren Beruf noch einmal erlernen. Ihre Abteilung und Ihr Team im Unternehmen würden neu etabliert. Oder Ihr Unternehmen würde neu gegründet werden. Stellen Sie sich vor, Sie bräuchten drei bis fünf Jahre Aufbauzeit und könnten alle digitalen Technologien nutzen, die aktuell zur Verfügung stehen: das Internet der Dinge, künstliche Intelligenz, die Blockchain, den neuen Mobilfunkstandard 5G und andere. Was würden Sie tun?

* Würden Sie genau das lernen, was Sie in der Vergangenheit gelernt haben?
* Würden Sie Ihr Team oder Ihre Abteilung genauso aufbauen wie Sie heute besteht?
* Würde das Unternehmen, in dem Sie arbeiten, die gleichen Angebote machen und genauso strukturiert sein?

In den vergangenen Jahren habe ich zahlreiche Teams, Abteilungen und Unternehmen analysiert, die im digitalen Wandel weit vorne sind. Digitale Gewinner. Sie alle hatten eines gemeinsam: Sie dachten die Zukunft disruptiv. Sie überlegten, wie sie sich und ihr bestehendes Geschäft angreifen können. Disruptives Denken bedeutet im ersten Schritt, das Bestehende komplett inFrage zu stellen.

#1 Heilige Kühe schlachten
Im Vergleich zu traditionellen Unternehmen haben es Start-ups relativ einfach. Sie greifen bestehende Märkte an. Kompromisslos. Sie haben auch nichts zu verlieren. Im Gegensatz zu traditionellen Unternehmen verdienen Start-ups häufig über Jahre hinweg kein – manchmal auch nie – Geld. In traditionellen Unternehmen haben Sie es schwerer. Sie müssen einerseits die bestehende Kundenbasis bedienen und das bestehende Geschäft so weit wie möglich optimieren. Andererseits müssen Sie das Neue kompromisslos vorantreiben.

Eine Aufgabe, die häufig daran scheitert, dass bestimmte „Heilige Kühe“ nicht inFrage gestellt werden: Die bestehende Vertriebsstruktur, ein vor Jahren etabliertes Softwaretool oder Unternehmensstrukturen, die im analogen Zeitalter entstanden sind. Die erste Stufe des disruptiven Denkens besteht darin, diese „Heiligen Kühe“ immer wieder gezielt inFrage zu stellen. Würden Sie heute noch einmal beginnen, würden Sie die Vertriebsstrukturen genauso aufbauen? Würden Sie die Software heute noch so einführen? Und würden Sie das Unternehmen heute noch so strukturieren? Wann immer die Antwort „nein“ lautet: Der bestehende Zustand sollte verändert werden.

#2 Suchen Sie nach übertragbaren Anwendungsfällen von digitalen Technologien
Die meisten Menschen und Unternehmen sind in ihrem Denken branchenbezogen. Sie vergleichen sich mit anderen Unternehmen ihrer Branche sowie mit Unternehmen aus naheliegenden Bereichen. Disruptives Denken verfolgt andere Grundsätze: Den Vergleich mit Unternehmen aus anderen Branchen. Welche Anwendungsfälle hat Amazon, die sich auf einen Maschinenbauer übertragen lassen? Wo löst ein hochinnovatives Start-up mit künstlicher Intelligenz Probleme besser als es andere tun? Suchen Sie gezielt nach Anwendungsfällen aus anderen Branchen und Bereichen, die Sie auf sich übertragen können. Nicht eins zu eins, sondern adaptieren.

#3 Starten Sie einen Angriff auf sich selbst
Versetzen Sie sich in die Rolle aggressiver Angreifer. Was würden Sie tun, um Ihr bestehendes Geschäftsmodell kompromisslos anzugreifen? Welche innovativen Services und digitalen Geschäftsmodelle würden Sie entwickeln, wenn Sie keine Rücksicht auf Ihr bestehendes Geschäft nehmen müssten? Diese Art des disruptiven Denkens lässt das Bestehende bewusst außer acht. Versetzen Sie sich in die Lage des Amazon-Chefs, des Zalando-Gründers oder eines KI-Start-ups. Was würden Sie anders machen, wenn Sie plötzlich nicht mehr in der Situation der Verteidigung sind, sondern auf Angriff spielen?

#4 Übertragen Sie Ihre neuen Ideen in das bestehende Geschäft
Spätestens jetzt kommen in vielen Unternehmen die „normalen“ Denkansätze wieder durch.

„Das geht momentan nicht.“

„Das verträgt sich nicht mit unserem Alltagsgeschäft.“

„Das wird kurzfristig keine Gewinne abwerfen.“

Überlegen Sie, wie Sie die Ergebnisse des disruptiven Denkens in Ihr Unternehmen übertragen können. Und entscheiden Sie, ob Sie Innovationsprojekte innerhalb der bestehenden Strukturen umsetzen können oder neue Strukturen schaffen müssen. Beispielsweise ein Innovation Lab oder sogar eine Ausgründung.

Disruptives Denken unterstützt Sie, Ihr Team und Ihr Unternehmen dabei, den Scheuklappenblick abzulegen, der im Alltag normal ist. Disruptives Denken ist das, was digitale Gewinner erfolgreich macht.



Jens. U. Meyer

Digitale Gewinner

Erfolgreich den digitalen Umbruch managen

1. Auflage BusinessVillage 2019
272 Seiten
ISBN 978-3-86980-450-7

24,95 Euro

 **Pressematerialien:** http://www.businessvillage.de/presse-1061

Der Autor

Dr. Jens-Uwe Meyer gehört zu den führenden Experten für Innovation und Digitalisierung. Er ist Autor von 13 Büchern zum Thema, Keynote Speaker und Software-Unternehmer.

[www.jens-uwe-meyer.de](http://www.jens-uwe-meyer.de)

Über BusinessVillage

BusinessVillage ist der Verlag für die Wirtschaft. Mit dem Fokus auf Business, Psychologie, Karriere und Management bieten wir unseren Lesern aktuelles Fachwissen für das individuelle und fachliche Vorankommen. Renommierte Autoren vermitteln in unseren Sach- und Fachbüchern aktuelle, fundierte und verständlich aufbereitete Informationen mit Nutzwert.

Presseanfragen

Sie haben Interesse an honorarfreien Fachbeiträgen oder Interviews mit unseren Autoren? Gerne stellen wir Ihnen einen Kontakt her. Auf Anfrage erhalten Sie auch Besprechungsexemplare, Verlosungsexemplare, Produktabbildungen und Textauszüge.

BusinessVillage GmbH
Jens Grübner
Reinhäuser Landstraße 22
37083 Göttingen

E-Mail: redaktion@businessvillage.de
Tel: +49 (551) 20 99 104
Fax: +49 (551) 20 99 105

-------------------------------------

Geschäftsführer: Christian Hoffmann

Handelsregisternummer: 3567

Registergericht: Amtsgericht Göttingen