

Autor: Lars Theobaldt

Datum: 12. September 2011

I D E E N - V O R L A G E 2 0 1 1

<p>Titel der Idee (Schlagwort)</p>	<p>Virtualisierung der Unternehmenswelten - Vernetztes Arbeiten (5.3.)</p>
<p>Kurze Beschreibung</p>	<p>Die Digitalisierung von Geschäftsprozessen fördert die zunehmende Konvergenz zwischen Industrien/ Branchen und verwischt Unternehmensgrenzen. Statt in starren Wertschöpfungsketten zu agieren, werden sich Unternehmen in Geschäftsnetzwerke einbringen, in denen sie ad hoc ihre Kernkompetenzen verkaufen und die Verknüpfung von unterschiedlichen Geschäftsfunktionen vielfach aus anderen Branchen für ihre Kunden realisieren.</p> <p>Dazu sind vernetzte Geschäftssteuerungssysteme erforderlich, die über Unternehmensgrenzen hinweg agieren und z.B. kollaborative ERP- und Finanz-Systeme, Community Sourcing, Decision Support Systems oder netzwerkbasiertes Geschäftsprozess-Management erforderlich machen. Dies verspricht auch weitreichende Impulse für die Arbeitsplatzsysteme oder Endgeräte/ Tablets der Nutzer innerhalb der Unternehmen.</p> <p>Die Geschäftskunden der ITK-Industrie erwarten von diesen vernetzten Lösungen ein hohes Maß an übergreifender Branchenkenntnis. Ob diese nun aus einer virtuellen Umgebung (Cloud) oder dezidiert als ein zusammenhängendes Business as a Service (BaaS) angeboten werden, hängt von Positionierung ab. Die Herausforderungen dabei werden in beiliegendem Artikel abgehandelt.</p> <div data-bbox="629 935 696 997" data-label="Image"> </div> <p>DMR_Nr1_2011_Horizont_Theobaldt_D.pc</p> <p>Insbesondere CIOs müssen die Grenzen zwischen Ihrem eigenen Unternehmen und den wachsenden Netzwerken, in denen sie tätig sind, verbinden. Dies stellt sich in virtuellen Unternehmenswelten anders, als heute dar und erfordert eine „smarte“ Positionierung über den aktuellen Horizont des Business Networks hinaus.</p> <p>Industriepolitische Fragestellungen ergeben sich natürlich auch, da die Ansiedlung von sogenannter „Netzwerkorchestratoren“ interessante Industriecluster darstellen (vgl. Schweiz).</p>
<p>Konkrete Aktion (Projekt, Konferenz, Arbeitskreis, ...)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Eintägige Konferenz (incl. eBook) 2. BarCamp am Rande von Messen (z.B. MWC in Barcelona) zur Positionierung von Mitgliedern 3. Kontinuierlicher Arbeitskreis



Geschätzter Aufwand (Ressourcen, Kosten, ...)	1. und 3. sind sicherlich gut anhand von Erfahrungswerten abzuschätzen. Zu 2. sollte zuerst die Sinnhaftigkeit diskutiert werden, bevor wir die Kosten eruieren.
Ziel: „Was will der MK erreichen?“	<p>Der MK:</p> <ul style="list-style-type: none"> • zeigt eine Perspektive für die Zukunft der Geschäftskundenkommunikation auf, entlang der eigentlich jedes Mitglied einen Erkenntnisertrag bzgl. dessen zukünftigen Ausrichtung erzielen kann. • leistet einen innovativen Beitrag zur Standortbestimmung im Zuge zunehmender Konvergenz zwischen IT und TK im Geschäftskundensegment
Adressaten: „Wen will der MK ansprechen?“	<p>Das Angebot richtet sich sowohl an Großunternehmen als auch an Start-ups</p> <ul style="list-style-type: none"> • Insbesondere für die TK-anbietenden Mitglieder stellt das hohe Maß an erforderlicher Kommunikation in den Business Networks eine Chance und Herausforderung zugleich • CIOs von Industriekunden und ITK-Anbietern • Systemintegratoren • Softwareanbieter • Strategieabteilungen • ITK-Geschäftskundenvertrieb- und Marketing • Forschung und universitäre Lehre in diesem Bereich
Dauer	2012
Bevorzugte Zeitplanung (warum?)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Eintägige Konferenz (incl. eBook): sobald Arbeiten dieses Jahr starten frühestens im Apri/ Mai 2. BarCamp am Rande von Messen (z.B. MWC in Barcelona) zur Positionierung von Mitgliedern: dies müsste sehr schnell angestoßen werden (MWC Ende Februar). 3. Kontinuierlicher Arbeitskreis: könnte noch dieses Jahr initialisiert werden