

Presseinformation

Bedeutung des Endkunden nimmt weiter zu

B2B-Wertschöpfungsprozesse verändern sich durch die zunehmende Digitalisierung und die damit einhergehende globale Vernetzung enorm. Der Endkunde spielt dabei eine immer bedeutendere Rolle. Dieses Thema aufgreifend stellte der MÜNCHNER KREIS auf dem IT-Gipfel die Sonderpublikation „Zukunftswerkstatt 2012“ vor, die die Ergebnisse und Denkanstöße von 50 Experten aus Wirtschaft, Wissenschaft und Politik zusammenfasst.

Essen, 13. November 2012 – Als Teil der V. Zukunftsstudie MÜNCHNER KREIS, die die Bedürfnisse des Nutzers von übermorgen untersucht, luden der MÜNCHNER KREIS, das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie sowie der IT-Beauftragte der Bayerischen Staatsregierung zu einer Zukunftswerkstatt ein, um einen Tag lang intensiv mit einem hochrangigen Expertenkreis aus Wirtschaft, Wissenschaft und Politik zu diskutieren. Im Fokus stand die Frage, welchen Einfluss der Endkunde und Nutzer auf die Business-to-Business-(B2B-)Wertschöpfungsprozesse in den Bereichen Arbeit, Mobilität, Medien und Verwaltung hat. In einer zum IT-Gipfel 2012 erschienenen Sonderpublikation sind die Ergebnisse und Denkanstöße der Zukunftswerkstatt 2012 zusammengefasst.

„Themenübergreifend zeigte sich, dass der Endkunde beziehungsweise der Nutzer in allen Bereichen in den vergangenen Jahren an Bedeutung gewonnen hat, und dass sich diese Entwicklung weiter fortsetzen wird“, so Prof. Arnold Picot, Vorstandsvorsitzender des MÜNCHNER KREIS. Dabei zeichnet sich der Endkunde zunehmend durch volatiles Verhalten aus – es gilt, ihn durch verschiedene Mittel zu integrieren und zu binden. Maßgeblich werden dabei Offenheit, Transparenz und Individualisierung der Angebote und Produkte sein. Ein Beispiel in diesem Zusammenhang ist die Einbringung eines Eventcharakters in die verschiedenen Themengebiete, wie z. B. Reisen als Erlebnis, die aktive Gestaltung medialer Inhalte oder die Prämierung der Kommune mit größter Bürgerfreundlichkeit. Des Weiteren konstatierte Picot, „dass bestehende Wertschöpfungsnetze um neue, branchenfremde Partner erweitert werden müssen, um gänzlich neuartige Problemlösungen anbieten zu können.“ Das Aufbrechen des „Silodenkens“ im Wertschöpfungsnetz ist für die Vernetzung spezifischen Know-hows notwendig. Branchenübergreifende Kooperationen und Dienstleistungen benötigen ein hohes Maß an Vertrauen zwischen den Partnern.

In der Workshop-Gruppe **Arbeit** wurde die gegenseitige Durchdringung von privater und beruflicher Sphäre sowie die sich hieraus ergebenden Veränderungen für die Gestaltung der B2B-Wertschöpfungsprozesse diskutiert. Ein zentrales Ergebnis war die Entwicklung klassischer Arbeitsformen zu einem Netzwerk interner und externer Leistungsträger, bei denen sich nach Meinung der Teilnehmer der Arbeitgeber zu einem Leistungsnehmer und der Arbeitnehmer zu einem Leistungsgeber entwickelt, wodurch sich neue Verantwortlichkeiten und Anforderungen ergeben. Zudem werden wissensbasierte Wertschöpfungsprozesse zukünftig unternehmensintern und dezentral entlang der tatsächlichen Wissensträgerketten – und weniger in vorgegebenen Hierarchieebenen – initiiert und fortgeschrieben. Diese und weitere Veränderungen bedürfen einer verantwortungsbewussten Mitgestaltung entsprechender Rahmenbedingungen.

Die Workshop-Gruppe **Mobilität** formulierte Megatrends wie Globalisierung, Urbanisierung, Klimaschutz und demographischen Wandel als treibende Kräfte für Mobilität und Logistik der Zukunft. Zudem wurde der Intermodalitätsgedanke intensiv diskutiert: So verdrängt nach Meinung der Teilnehmer die erhöhte Bereitschaft der Menschen zu verkehrsmittelübergreifendem Reisen beispielsweise das Besitzdenken beim Pkw und verlangt nach nutzerfreundlichem, personalisiertem, intermodalem Reisen und neuen Nutzungskonzepten von



Fahrzeugen, beispielsweise dem Car-Sharing. Der Wunsch der Endkunden nach ganzheitlichen Mobilitäts- und Logistiklösungen des Endkunden könnte nach Meinung der Teilnehmer vor allem durch Mobilitätslösungen aus einem Guss, der so genannten Seamless Mobility, erfüllt werden. Durch kreatives Kombinieren von vorhandenem Know-how und verfügbaren Kapazitäten können zukünftig individualisierte Diensten und übergreifende Anwendungen angeboten werden.

In der Workshop-Gruppe **Medien** wurde diskutiert, welche Einflussfaktoren auf die Wertschöpfungsketten der Medien wirken. Markenaufbau und Markenbindung in der digitalen Medienwelt werden von den Teilnehmern als entscheidende Erfolgsfaktoren gesehen, da sie den volatilen Nutzer an Medienprodukte binden. Dies ist vor allem deshalb wichtig, da die Digitalisierung der Medien den Nutzern zunehmend die Zusammenstellung individueller Angebotspakete ermöglicht. Exklusiver Content und Multichannel+X wurden von den Experten als Basiselemente der zukünftigen Wertschöpfung identifiziert.

Welche Instrumente bzw. welche Einflusskanäle die Bürger zukünftig nutzen werden, diskutierten die Teilnehmer im **E-Government-Workshop**. Sie kamen unter anderem zu dem Ergebnis, dass Bürger zukünftig durch den Staat bereitgestellte Kanäle nutzen werden, aber möglicherweise auch eigene Foren erstellen, um sich einzubringen. In jedem Fall muss das Interesse an einer Beteiligung beim Bürger geweckt und aufrechterhalten werden. Die Experten stellten zudem fest, dass die Verwaltung die von Bürgern geäußerten Ideen und Vorschläge auf Beteiligungsplattformen durch regelmäßiges Monitoring beobachten und berücksichtigen sollte.

Die Sonderpublikation „Zukunftswerkstatt 2012“ steht zum kostenlosen Download bereit: www.muenchner-kreis.de und www.zukunft-ikt.de

Die V. Zukunftsstudie MÜNCHNER KREIS „Innovationsfelder der digitalen Welt. Bedürfnisse von übermorgen.“, wird am 11./12. April 2013 im Rahmen einer Fachkonferenz in Berlin vorgestellt – Interessenten können sich unverbindlich vorab registrieren unter www.zukunft-ikt.de.

Über den MÜNCHNER KREIS:

Der Münchner Kreis ist eine gemeinnützige übernationale Vereinigung für Kommunikationsforschung. An der Nahtstelle von Politik, Wissenschaft, Wirtschaft und Medien befasst er sich mit Fragen der Technologie, der Gesellschaft, der Ökonomie und der Regulierung im Bereich von Informations- und Kommunikationstechniken sowie der Medien. Er begleitet und fördert die Entwicklung der Informationsgesellschaft in verantwortungsvoller Weise, und wirkt an der Verbesserung der Rahmenbedingungen durch wissenschaftlich qualifizierte Beiträge und sachlichen Dialog konstruktiv mit.

www.muenchner-kreis.de

Pressekontakt:

Till Breitung
Pressekontakt MÜNCHNER KREIS
Sky Communications
Tel: +49 (0)30-861 36 05
E-Mail: t.breitung@sky-communications.de

Michael Knippelmeyer
Director Public Relations
TNS Infratest
Tel: +49 (0)521 9257-687
E-Mail: Michael.Knippelmeyer@tns-infratest.com