



DIGITAL CHAMPIONS AWARD

Eine Initiative der Telekom und der WirtschaftsWoche

DIGITAL CHAMPIONS AWARD 2020

Informationen und Vorgaben
für Ihre Bewerbung



INHALTSVERZEICHNIS

1. ÜBER DEN DIGITAL CHAMPIONS AWARD 2020	4
2. TEILNAHMEBEDINGUNGEN	4
3. METHODIK UND KRITERIEN	5
Digitales Kundenerlebnis (User-, Use- und Utility-Zentrierung)	5
Digitale Strategie	5
Produkte und Dienstleistungen	6
Geschäftsmodell	6
Digitale Prozesse und Organisation	6
IT und Infrastruktur	6
Kultur / Leadership / Führung	6
Wirtschaftlichkeit	7
4. BEWERBUNGSABLAUF	7
PHASE 1: ANMELDUNG	7
PHASE 2: PRE-SCREENING	7
PHASE 3: NOMINIERUNG UND PREISVERLEIHUNG	7
BESONDERE BESTIMMUNGEN	7
5. VORGABEN FÜR IHRE BEWERBUNG	8
BEWERBUNG IN DER PREISKATEGORIE 1:	8
DIGITALE TRANSFORMATION MITTELSTAND	8
Kriterium 1: Digitale Strategie	8
Kriterium 2: Digitales Kundenerlebnis	9
Kriterium 3: Digitale Produkte und Dienstleistungen	10
Kriterium 4: Geschäftsmodell	10



Eine Initiative von:



**Wirtschafts
Woche**

Kriterium 5: Digitale Prozesse und Organisation	11
Kriterium 6: IT und Infrastruktur	12
Kriterium 7: Kultur / Leadership / Führung	13
Kriterium 8: Nutzung der Daten	14
Kriterium 9: Wirtschaftlicher Erfolg der digitalen Transformation	14
BEWERBUNG IN DER PREISKATEGORIE 2:	15
DIGITALES KUNDENERLEBNIS	15
BEWERBUNG IN DER PREISKATEGORIE 3:	16
DIGITALE PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN	16
BEWERBUNG IN DER PREISKATEGORIE 4	
DIGITALE PROZESSE UND ORGANISATION	17
6. IMPRESSUM	18



Eine Initiative von:



1. ÜBER DEN DIGITAL CHAMPIONS AWARD 2020

Ist die Digitalisierung im Mittelstand angekommen? Oder besteht noch Nachholbedarf?

Kaum ein Thema erfährt im Moment mehr Aufmerksamkeit. Aus diesem Grund haben wir den „Digital Champions Award“ geschaffen, eine für den deutschen Wachstumsmarkt im Bereich Digitalisierung und Transformation wichtige Auszeichnung.

Diese gemeinsame Initiative der Telekom und der WirtschaftsWoche hat sich zum Ziel gesetzt, die bedeutendsten Projekte mittelständischer Unternehmen zu prämiieren und einer breiten Öffentlichkeit näherzubringen. Seien Sie ganz vorn mit dabei. Stärken Sie Ihr Image als innovatives Unternehmen bei Kunden und potenziellen neuen Mitarbeitern.

Die Bewerbungsfrist endet am 23.08.2020 und die Preisverleihung findet im November 2020 statt. Die Teilnahme ist kostenlos.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung!

2. TEILNAHMEBEDINGUNGEN

Teilnahmeberechtigt sind alle deutschen kleinen und mittelständische Unternehmen, die länger als 5 Jahre im Markt und im Rahmen der digitalen Transformation nachhaltig erfolgreich sind bzw. durch ihren Ansatz als besonders beispielhaft für den Umgang mit der digitalen Transformation gelten.

Sie können sich für mindestens eine der 4 folgenden Kategorien bewerben:

1. **Digitale Transformation Mittelstand**
2. **Digitales Kundenerlebnis**
3. **Digitale Produkte und Dienstleistungen**
4. **Digitale Prozesse und Organisation**

Pro Kategorie wird ein Unternehmen prämiert. Es dürfen allerdings nur laufende oder bereits abgeschlossene Projekte eingereicht werden, keine reinen Projektideen.

3. METHODIK UND KRITERIEN

Grundlage der Bewertung ist das St. Galler „House of Digital Business“, das für die Digital Champions Awards leicht modifiziert wurde. Abbildung 1 stellt das für den Digital Champions Award angepasste Modell im Überblick dar.

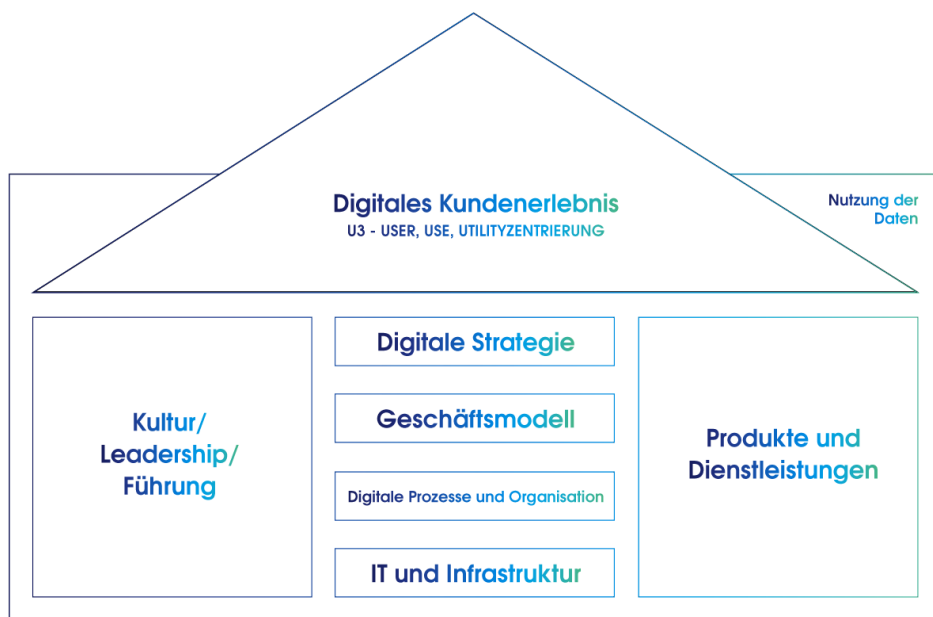


Abbildung: Modifiziertes St. Galler „House of Digital Business“
Quelle: <http://www.iwi.unisg.ch/forschung/forschungsprogramm/>

KRITERIEN

Digitales Kundenerlebnis (User-, Use- und Utility-Zentrierung)

Die Jury bewertet die Qualität der Kundenorientierung, gemessen an den hohen digitalen Standards – ein Kernelement der User-, Use- und Utility-Zentrierung. Eindrucksvoll belegen Unternehmen wie Apple oder Amazon, dass eine starke Kundenorientierung nachhaltige und große Erfolge ermöglicht.

Digitale Strategie

Die digitale Strategie als Bewertungskriterium beleuchtet zwei Seiten Ihrer Award-Einreichung. Zum einen wird die auf die Digitalisierung ausgerichtete Strategie bewertet, zum anderen, ob und wie die digitalen Aktivitäten auf die Strategie abgestimmt und mit ihr verbunden sind. Gerade der zweite Punkt wird bei der Beurteilung der Bewerbungen besonders gewichtet.

Produkte und Dienstleistungen

Die Jury bewertet, ob und in welchem Umfang eine Digitalisierung der Produkte und Dienstleistungen erfolgt ist. Quantitativ nachweisbarer Erfolg, vor allem in Form von Umsatz und Gewinn durch sogenannte „Smart Products“ und „Smart Services“, ist eine entscheidende Voraussetzung für eine erfolgreiche Bewerbung.

Geschäftsmodell

Die Jury würdigt den Um- bzw. Ausbau eines Geschäftsmodells im Rahmen der digitalen Transformation. Bewertet werden z. B. Pay-per-Use-Modelle, Predictive Maintenance oder unterschiedliche Formen von E- oder Mobile Commerce. Für die Jury ist von zentraler Bedeutung, dass die Veränderung eines bestehenden oder der Aufbau eines neuen Geschäftsmodells nachhaltig ist.

Digitale Prozesse und Organisation

Als Bewertungskriterium für den Digital Champions Award spielt hier vor allem die Digitalisierung von Prozessen eine Rolle. Stark endkundenorientierte digitale Lösungen, ein innovativer Einsatz von Informations- und Kommunikationstechnik zur Ausdehnung des Automatisierungsgrads oder das Erreichen einer neuen Stufe von end-to-end digitalisierten Prozessen finden daher in dieser Kategorie besondere Beachtung. Auch die Gestaltung der Innovationsprozesse wird unter die Lupe genommen. Darüber hinaus würdigt die Jury die Schaffung sinnvoller Stellen und Strukturen, wie z. B. ein Chief Digital Officer, eine Abteilung für Data-Analytics oder Innovation-Labs in der Aufbauorganisation.

IT und Infrastruktur

Bei der Beurteilung der unternehmerischen Lösungen in diesem Bereich betrachtet die Jury den Einsatz innovativer Technologien wie z. B. der Cloud-Technologie, Social Media, Mobile, Internet der Dinge, Big Data oder Data-Analytics. Wichtig ist hierbei die Dokumentation der beschrittenen Wege: Der Einsatz innovativer Informations- und Kommunikationstechnik muss in eine übergeordnete Strategie eingebunden sein und konkrete Ziele und verifizierbare Erfolge zeitigen. Die langfristige Speicherung und Nutzung von Daten spielt im Rahmen der digitalen Transformation eine wichtige Rolle. Die Nutzung des in den Daten liegenden Potenzials wie z. B. des Geschäftsmodells oder digitaler Produkte und Dienstleistungen wirkt sich auf fast alle Aspekte des St. Galler „House of Digital Business“ aus. Darum wird die verantwortungsvolle Verwendung der Ressource Daten in der Beurteilung Ihrer Einreichung besonders stark gewertet.

Kultur / Leadership / Führung

Die Bewerber sind aufgefordert, darzustellen, wie die Geschäftsleitung eine „digitale Kultur“ initiiert und fördert. Digitale Leadership schlägt sich u. a. im Verhalten der Mitarbeiter, in der Unternehmenskultur, aber auch in entsprechenden Publikationen oder öffentlichen Stellungnahmen nieder. Insbesondere der Aspekt der Innovationskultur spielt für die Jury eine zentrale Rolle, z. B. beim Umgang mit Fehlern und den damit zusammenhängenden Lernprozessen. Die Ergebnisse von Mitarbeiterbefragungen oder Beurteilungen in Arbeitgeberportalen können dabei wichtige Kriterien sein, um die digitale Unternehmenskultur zu beurteilen.

Wirtschaftlichkeit

Im Sinne der Nachhaltigkeit der digitalen Transformation wird die Jury über den wirtschaftlichen Erfolg der einzelnen Maßnahmen hinaus die finanzielle Solidität in ihre Entscheidungen einfließen lassen.

4. BEWERBUNGSABLAUF

PHASE 1: ANMELDUNG

Die Anmeldung für den Award erfolgt über die Website digitalchampionsaward.wiwo.de. Bitte füllen Sie die Formularfelder aus und laden Sie Ihre Projektbeschreibung über die Upload-Funktion hoch. Sie haben die Möglichkeit, Ihre Daten nachträglich zu ändern. Einen Link hierzu erhalten Sie in der Bestätigungs-E-Mail, die Sie nach Absenden der Daten erhalten.

PHASE 2: PRE-SCREENING

Als wissenschaftliche Partner begleiten Informatik-Professor Dr. Walter Brenner von der Universität St. Gallen und Professor Dr. Marc Gruber von der École Polytechnique Fédérale de Lausanne (EPFL) die Auszeichnung.

Im ersten Schritt werden alle Einreichungen von den wissenschaftlichen Partnern auf Vollständigkeit geprüft. Im zweiten Schritt wird anhand von festgelegten Kriterien eine Vorauswahl getroffen.

PHASE 3: NOMINIERUNG UND PREISVERLEIHUNG

Das Ergebnis der Vorauswahl wird einer hochkarätigen Jury aus Wirtschaft, Wissenschaft, Politik und Medien vorgestellt. Diese bewertet die eingereichten Projekte nach einem festgelegten Scoring-Verfahren. In einer angesetzten Jurysitzung werden die Ergebnisse dann diskutiert und die Gewinner festgelegt.

Im Rahmen einer Preisverleihung im November 2020 werden die vier Sieger des Digital Champions Awards gekürt.

BESONDERE BESTIMMUNGEN

Die Jury behält sich vor unzureichende Bewerbungen oder Bewerbungen, die nicht dem Gedanken der Digitalisierung entsprechen, nicht zu berücksichtigen. Angaben zu finanziellen Auswirkungen erhöhen die Wahrscheinlichkeit einer Nominierung. Die Jury behält sich ebenfalls vor Bewerbungen umzugruppieren, die offensichtlich in einer unpassenden Kategorie eingereicht wurden. Zum Prozess erteilt die Jury keine Auskunft. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

5. VORGABEN FÜR IHRE BEWERBUNG

BEWERBUNG IN DER PREISKATEGORIE 1: DIGITALE TRANSFORMATION MITTELSTAND

Ihr Unternehmen bzw. Ihr Geschäftsmodell hat sich der digitalen Herausforderung gestellt und die damit einhergehende Transformation in ihrer Gesamtheit erfolgreich abgeschlossen? Dann bewerben Sie sich in der Kategorie „Digitale Transformation Mittelstand“. Diese Auszeichnung richtet sich an alle Unternehmen des deutschen Mittelstands, die sich allen Anforderungen des digitalen Zeitalters gestellt haben und beispielhaft für erfolgreiche Transformierungsprozesse stehen.

Die Präsentation sollte maximal 10 Seiten umfassen.

Die Bewertung erfolgt hierbei entsprechend dem modifizierten Modell des St. Galler „House of Digital Business“ und den daraus abgeleiteten Kriterien:

Kriterium 1: Digitale Strategie

Beschreiben bzw. fassen Sie Ihre digitale Strategie oder die an die Bedürfnisse der digitalen Transformation angepasste Unternehmensstrategie zusammen. Das Dokument soll Aufschluss geben über die angestrebten Ziele, die vorgeschlagenen Maßnahmen, den derzeitigen Stand der Umsetzung sowie über den Prozess der Erstellung der digitalen Strategie, insbesondere die Gremien, die die Strategie genehmigt haben.

Die digitale Strategie spielt im Rahmen der Beurteilung der Bewerbungen eine doppelte Rolle. Auf der einen Seite wird die digitale Strategie bzw. die auf die Digitalisierung ausgerichtete Strategie eigenständig bewertet, auf der anderen Seite wird bewertet, ob und wie alle Aktivitäten im Rahmen der digitalen Transformation auf die Strategie abgestimmt bzw. mit ihr verbunden sind. Dieses Kriterium wird im Rahmen der Beurteilung der Bewerbungen besonders stark gewichtet.

Die folgenden Fragen können bei der Strukturierung Ihrer Angaben helfen:

1. Gibt es in Ihrem Unternehmen eine eigenständige Digitalisierungsstrategie, oder ist die digitale Transformation Teil anderer strategischer Dokumente?
2. Enthalten übergeordnete Strategien Informationen zur Digitalisierungsstrategie und inwiefern sind diese kommuniziert?
3. Welches sind die wichtigsten Ziele der digitalen Transformation? Warum?
4. Gibt es quantifizierbare Ziele der digitalen Transformation?
5. Wann haben Sie eine Strategie für die digitale Transformation erstellt? Wurde diese bereits aktualisiert? Inwiefern?

6. Welche Transformationsprozesse bzw. Transformationsprojekte wurden insgesamt bereits erfolgreich durchgeführt? Welche konkreten Projekte sind geplant?
7. Auf welche Bereiche Ihres Unternehmens erstreckt sich die digitale Transformation?
8. Wie wird die digitale Transformation gesteuert? Wer ist hierfür beauftragt?
9. Wie wichtig ist Entrepreneurship im Rahmen der digitalen Transformation? Welche konkreten Maßnahmen, um Entrepreneurship zu verstärken, sind in der Strategie verankert?
10. Wie sind weiche Aspekte, wie z. B. Kultur, Leadership etc., in der Strategie verankert?
11. Welche Ressourcen (Art, Umfang) wurden für die digitale Transformation in Ihrem Unternehmen bereitgestellt?
12. Wie ist Entrepreneurship in Ihrer digitalen Strategie verankert?
13. Inwiefern beeinflusst die digitale Transformation Ihr existierendes Business Model?
14. Welche Gremien entscheiden in Ihrem Unternehmen über die digitale Transformation und welche Gremien kontrollieren die Umsetzung der digitalen Strategie?

Kriterium 2: Digitales Kundenerlebnis

Im Rahmen der digitalen Transformation spielt die Kundenorientierung bzw. Anwenderorientierung eine zentrale Rolle. Das digitale Kundenerlebnis ist ein zentrales Element der User-, Use- und Utility-Zentrierung. Unternehmen wie Apple und Amazon beweisen, dass durch starke Kundenorientierung nachhaltige, große Erfolge erzielt werden können.

Die folgenden Fragen können bei der Strukturierung Ihrer Angaben helfen:

1. Welche Beispiele für digitales Kundenerlebnis („Customer-Experience“) gibt es in Ihrem Unternehmen?
2. Wie hat sich das Kundenerlebnis durch die digitale Transformation verändert?
3. Welche Ziele wurden mit der Schaffung eines digitalen Kundenerlebnisses verfolgt?
4. Gibt es Ergebnisse von Kundenbefragungen oder externen Messungen, die das digitale Kundenerlebnis bewerten?
5. Wie unterscheidet sich das digitale Kundenerlebnis in Ihrem Unternehmen von Ihren wichtigsten Mitbewerbern?
6. Messen Sie Kundenorientierung? Wie messen Sie Kundenorientierung?
7. Welches inhaltliche und methodische Vorgehen gibt es in Ihrem Unternehmen, um verstärkte Kundenorientierung zu erreichen?
8. Hat Ihr Unternehmen besondere Kompetenzen, die es Ihnen erlauben, Kunden in persönlicher Weise über verschiedene Kanäle (online, telefonisch, vor Ort etc.) hinweg zu betreuen?

9. Wie bewerten Sie die Gefahr, dass sich digitale Plattformen zwischen Ihr Unternehmen und Ihre Kunden schieben?

Kriterium 3: Digitale Produkte und Dienstleistungen

Der Umfang des Aufbaus neuer, rein digitaler Produkte/Dienstleistungen und/oder die Weiterentwicklung bestehender Produkte/Dienstleistungen zu sogenannten „Smart Products“ oder „Smart Services“ ist eine zentrale Komponente im Rahmen der Umsetzung digitaler Strategien. Die Jury bewertet, ob und in welchem Umfang eine Digitalisierung der Produkte und Dienstleistungen erfolgt ist. Quantitativ nachweisbarer Erfolg, vor allem in Form von Umsatz und Gewinn durch digitale Produkte und Dienstleistungen, ist eine entscheidende Voraussetzung für eine erfolgreiche Bewerbung.

Die folgenden Fragen können bei der Strukturierung Ihrer Angaben helfen:

1. Welche digitalen Produkte und Dienstleistungen bzw. Smart Products werden von Ihrem Unternehmen angeboten?
2. Wie ist das Verhältnis der traditionellen Produkte/Dienstleistungen zu den digitalen Produkten/Dienstleistungen?
3. Wie bewerten Sie Ihre digitalen Produkte und Dienstleistungen im Vergleich zu Ihren wichtigen Mitbewerbern?
4. Sind Ihre digitalen Produkte und Dienstleistungen in digitale Ökosysteme Ihres Unternehmens oder in Ökosysteme anderer Unternehmen eingebunden?
5. Wie hoch ist Ihr Umsatzanteil (in %), der mit digitalen Produkt- und Dienstleistungen erzielt wird? Haben diese Angebote eine Bedeutung für Ihren nicht-digital erzielten Umsatz?
6. Wie innovativ ist diese Veränderung aus Ihrer Sicht?

Kriterium 4: Geschäftsmodell

Geschäftsmodell verstehen wir vor allem im finanzwirtschaftlichen Sinn, d. h. als Modell, um Einkommen zu generieren und die notwendigen Ausgaben zu bestreiten. Der Umbau bestehender Geschäftsmodelle in digital unterstützte oder komplett digitale Geschäftsmodelle, z. B. in Form von Pay-per-Use, Predictive Maintenance oder in unterschiedlichen Formen von E- oder Mobile Commerce, ist für viele Unternehmen eine große Herausforderung. Die Jury würdigt den Umbau bzw. den Ausbau des Geschäftsmodells im Rahmen der Digitalisierung. Für die Jury ist es zentral, dass die Veränderung des bestehenden oder der Aufbau eines neuen Geschäftsmodells nachhaltig ist.

Die folgenden Fragen können bei der Strukturierung Ihrer Angaben helfen:

1. Welche Veränderungen hat die digitale Transformation an Ihrem Geschäftsmodell bewirkt?

2. Welche neuen Formen der Generierung von Einnahmen/Erlösen kommen zum Einsatz?
Konkret: Wie gehen Sie z. B. mit Pay-per-Use um?
3. Welche neuen Formen der Finanzierung des Betriebs / der Deckung der Kosten kommen zum Einsatz? Konkret: Wie gehen Sie z. B. mit Pay-per-Use um?
4. Welche Rolle spielt die Nutzung von Daten („Data-Analytics“) bei der Entwicklung und beim Betrieb der neuen Geschäftsmodelle?
5. Kaufen/Verkaufen Sie Daten bzw. mit Daten zusammenhängende Dienstleistungen (Analytik)?
6. Gib es neue Allianzen/Kooperationen, um z. B. digitale Ökosysteme aufzubauen oder Ihr Unternehmen in bestehende digitale Ökosysteme einzubauen?
7. Wie ist der Zusammenhang zwischen den neuen Geschäftsmodellen und den Betriebsmodellen (Operations-Model) Ihres Unternehmens?
8. Welche Probleme/Herausforderungen sind beim Umbau Ihres Geschäftsmodells aufgetreten?
9. Wie haben Sie in Ihrem Unternehmen Geschäftsmodellinnovation prozessual und strukturell verankert?
10. Welche Rolle spielt der Einsatz von Informations- und Kommunikationstechnik beim Umbau Ihres Geschäftsmodells?

Kriterium 5: Digitale Prozesse und Organisation

Die Digitalisierung von Geschäftsprozessen und entsprechende Veränderungen der Aufbauorganisation, beispielsweise durch die Einführung von Standardsoftware, gelten in der Regel als klassische IT-Projekte. Wenn jedoch beispielsweise stark endkundenorientierte Lösungen entwickelt und eingesetzt werden, der Automatisierungsgrad durch einen innovativen Einsatz von Informations- und Kommunikationstechnik auf schwierige (neue) Felder ausgedehnt wird oder eine neue Stufe von end-to-end digitalisierten Prozessen erreicht wird, kommen auch Projekte, in denen Prozesse digitalisiert werden, infrage. Auch die Gestaltung der Innovationsprozesse spielt für die Jury eine Rolle. Darüber hinaus würdigt die Jury, wenn in der Aufbauorganisation sinnvolle Stellen oder Strukturen, wie z. B. ein Chief Digital Officer, eine Abteilung für Data-Analytics oder Innovation-Labs geschaffen werden. Als Bewertungskriterium für den Digital Champions Award spielt vor allem die Digitalisierung von Prozessen eine Rolle.

Die folgenden Fragen können bei der Strukturierung Ihrer Angaben helfen:

1. Welche internen und welche nach außen gerichteten Prozesse wurden in Ihrem Unternehmen digitalisiert? Welche konkreten Beispiele gibt es?
2. Welche Rolle spielen Prozessautomatisierung bzw. Machine-to-Machine-Prozesse? Inwiefern sind Geschäftsprozesse durch den Einsatz von IT automatisiert? Gibt es entsprechende Kennzahlen zum Messen des Automatisierungsgrads?

3. Geht es bei diesen digitalen Prozessen um Informationsverteilung, Kommunikation oder um Transaktionen?
4. Welche Erfahrungen hat Ihr Unternehmen bei der Digitalisierung von Prozessen gemacht?
5. Inwiefern hat Ihr Unternehmen digitale Aktivitäten in die Kernprozesse eingebunden?
6. Dienen Ihre Digitalisierungsprojekte als Inspiration für Neuerungen im bestehenden Geschäft?
7. Welche Rolle spielen Social Media in der Kommunikation innerhalb Ihres Unternehmens und nach außen?
8. Welche aufbauorganisatorischen/strukturellen Veränderungen hat die digitale Transformation bewirkt? Sind z. B. neue Abteilungen/Geschäftseinheiten/Unternehmen (Spin-offs) entstanden?
9. Wer verfügt bei Ihnen im Haus über eine besondere Expertise für die digitale Transformation, z. B. ein Chief Digital Officer? Wenn ja, warum? Wenn nein, warum?
10. Gibt es in Ihrem Unternehmen angestellte Experten für digitale Transformation? Wie viele sind es und wo sind sie angesiedelt?

Kriterium 6: IT und Infrastruktur

Bei der Beurteilung der Lösungen berücksichtigt die Jury, ob innovative Technologien, wie z. B. Cloud-Technologie, Social Media, Mobile, Internet der Dinge, Big Data oder Data-Analytics eingesetzt werden. Der Einsatz jeder neuen innovativen Technologie wird von der Jury gewürdigt. Es muss in jedem Fall dokumentiert sein, dass der Einsatz innovativer Informations- und Kommunikationstechnik keinen Selbstzweck darstellt, sondern in eine übergeordnete Strategie eingebunden ist und es konkrete Ziele sowie messbare Erfolge gibt.

Die folgenden Fragen können bei der Strukturierung Ihrer Angaben helfen:

1. Welche Technologien wie z. B. Cloud-Technologie, Social Media, Mobile, Internet der Dinge, Big Data oder Data-Analytics werden bereits eingesetzt?
2. Welche neuen IT-Komponenten, z. B. neue Datenbanken, setzen Sie ein?
3. Wie sind diese innovativen Technologien in die Unternehmensstrategie eingebunden? Welche Beispiele/Success-Stories gibt es in Ihrem Unternehmen für den Einsatz neuer Technologien?
4. Wie hat sich Ihre IT-Strategie durch die digitale Transformation verändert?
5. Wie groß ist der Anteil an IT-Ausgaben, der nicht über das Budget der IT-Abteilung koordiniert/entschieden wird?
6. Wie geht Ihr Unternehmen mit IT außerhalb des IT-Bereichs um?
7. Inwiefern sind Ihre Geschäftsprozesse durch IT modelliert und gesteuert?

Kriterium 7: Kultur / Leadership / Führung

Leadership spielt nach Meinung der Jury bei der digitalen Transformation eine zentrale Rolle. Digital Leadership schlägt sich beispielsweise im Verhalten der Mitarbeiter, in der Unternehmenskultur, aber auch in entsprechenden Publikationen oder öffentlichen Stellungnahmen nieder. Die Jury ist sich bewusst, dass „weiche“ Faktoren wie Leadership von Außenstehenden schwer zu beurteilen sind. Die Bewerber werden aufgefordert, darzustellen, dass durch die Aktivitäten und das Verhalten der Geschäftsleitung eine „digitale Kultur“ entstanden oder im Entstehen ist. Insbesondere der Aspekt der Innovationskultur spielt für die Jury eine zentrale Rolle, z. B. beim Umgang mit Fehlern und den damit zusammenhängenden Lernprozessen. Die Ergebnisse von Mitarbeiterbefragungen oder Beurteilungen in Arbeitgeberportalen können wichtige Kriterien sein, um die digitale Unternehmenskultur zu beurteilen.

Die folgenden Fragen können bei der Strukturierung Ihrer Angaben helfen:

1. Welche Rolle spielt das Top-Management bei der Formulierung und Erreichung Ihrer Digitalisierungsziele? Sind Top-Manager explizit mit Zielerreichung beauftragt? Inwiefern hat sich das Aufgaben- und Rollenprofil Ihrer Top-Manager aufgrund der Digitalisierungsstrategie verändert?
2. Wurden spezielle Personen oder Positionen mit der Umsetzung der Digitalisierungsstrategie betraut?
3. Übernehmen bestimmte Funktionsbereiche eine führende Rolle bei der Realisierung von Digitalisierungsprojekten?
4. Hat die digitale Transformation die Führungskultur und die Unternehmenskultur beeinflusst? (z. B. Zusammenarbeit, Offenheit, Entscheidungsspielräume)
5. Inwiefern hat sich die Digitalisierung auf die Transparenz innerhalb Ihres Unternehmens und mit Blick auf die Zusammenarbeit mit zentralen Stakeholdern ausgewirkt? Werden Ihre Mitarbeiter mittels digitaler Kanäle in den Dialog eingebunden?
6. Hat die Digitalisierung einen Einfluss auf die Entscheidungsgeschwindigkeit in Ihrem Unternehmen?
7. Gibt es Vorgaben für die Nutzung und den Einsatz von digitalen Medien? Zum Beispiel im Kundenkontakt?
8. Inwiefern ermöglicht es Ihr Unternehmen Ihren Mitarbeitern sich flexibel in das Arbeitsleben – unabhängig von Zeit, Ort und Endgerät – einzubringen?
9. Gibt es in Ihrem Unternehmen die Möglichkeit, sich zum Thema Digitalisierung weiterbilden zu lassen? Von wem werden diese Weiterbildungen durchgeführt? Sind sie für (bestimmte) Mitarbeiter verpflichtend?
10. Wie fördern Sie Entrepreneurship in Ihrem Unternehmen?

Kriterium 8: Nutzung der Daten

Die langfristige Speicherung und Nutzung von Daten („Big Data und Data-Analytics“) spielt im Rahmen der digitalen Transformation eine wichtige Rolle. Die Nutzung des in den Daten liegenden Potenzials wirkt sich im Rahmen der digitalen Transformation auf zahlreiche Teile des Unternehmens wie z. B. Schnittstelle zum Kunden, Geschäftsmodell, Produkte und Dienstleistungen und Prozesse aus. Der verantwortungsvolle Umgang mit internen und externen Daten stellt ein zentrales Kriterium für die Beurteilung der Jury dar. Die Nutzung der Ressource Daten wird deshalb im Rahmen der Beurteilung der Bewerbungen besonders stark gewichtet.

Die folgenden Fragen können bei der Strukturierung Ihrer Angaben helfen:

1. Welche Beispiele gibt es in Ihrem Unternehmen für innovativen Umgang mit Daten/Datenanalytik?
2. Welche konkreten Ergebnisse sind durch die Nutzung von Daten im Sinne von Datenanalytik/Big Data erzielt worden?
3. Welche Bereiche Ihres Unternehmens sind Vorreiter/Pioniere bei der Nutzung von Daten in Ihrem Unternehmen?
4. Wie und in welchem Umfang erfolgt in Ihrem Unternehmen die langfristige Speicherung von Daten?
5. Wie gehen Sie mit externen Daten und wie mit unformatierten Daten (Text, Sprache, Bilder und Video) um? Welche Technologien setzen Sie zur Auswertung dieser Daten ein?
6. Wie ist die Auswertung der Daten in Ihrem Unternehmen organisiert?
7. Wie gehen Sie mit Datenschutz um?
8. Wie werden diese Daten für die Innovation Ihres Geschäftsmodells genutzt?
9. Kaufen oder verkaufen Sie Daten im Sinne einer Geschäftsmodellinnovation?

Kriterium 9: Wirtschaftlicher Erfolg der digitalen Transformation

Bitte stellen Sie dar, ob es messbare finanzielle Auswirkungen der digitalen Transformation in Ihrem Unternehmen gibt und welche Messsysteme Sie aufgebaut haben.

Die Jury erwartet von den Bewerbern, dass die durch die digitale Transformation erzielten wirtschaftlichen Auswirkungen transparent dargestellt werden. Das kann beispielsweise durch Aufführen des Umsatzes erfolgen, der durch digitale Kanäle oder mit digitalen Produkten und Dienstleistungen erzielt wurde. Auch Einsparungen, die durch Automatisierung im Rahmen der digitalen Transformation erreicht wurden, gelten als Nachweis des wirtschaftlichen Erfolgs. Die Jury ist sich bewusst und wird entsprechend berücksichtigen, dass es schwierig ist, den wirtschaftlichen Erfolg der Digitalisierung herauszurechnen.

Über den wirtschaftlichen Erfolg der einzelnen Maßnahmen hinaus wird die Jury die finanzielle Solidität im Sinne von Nachhaltigkeit der digitalen Transformation in ihren Entscheid einfließen lassen.

BEWERBUNG IN DER PREISKATEGORIE 2: DIGITALES KUNDENERLEBNIS

Im Rahmen der digitalen Transformation spielt die Kundenorientierung bzw. Anwenderorientierung eine zentrale Rolle. Das digitale Kundenerlebnis ist ein zentrales Element der User-, Use- und Utility-Zentrierung. Unternehmen wie Apple und Amazon beweisen, dass durch starke Kundenorientierung nachhaltige, große Erfolge erzielt werden können.

Bewerbungen in der Kategorie „Digitales Kundenerlebnis“ zielen auf innovative Prozesse, die direkt involvieren, auch mit physischen Komponenten, z.B. Umbauten, und/oder Gesamtlösungen, welche auf die Kundinnen und den Kunden ausgerichtet sind. Im Vordergrund steht die Involvierung der Kundin und des Kunden, die zu einem positiven Erlebnis führt und damit die Kundenbindung erhöht. Bewerben können sich Unternehmen mit B2C- und B2B-Lösungen.

Bewerben Sie sich in der Kategorie „Digitales Kundenerlebnis“, wenn Sie Ihren Kunden durch Digitalisierung neue oder zusätzliche Services anbieten und/oder durch Digitalisierung neue oder zusätzliche Absatzwege nutzen.

Die Präsentation sollte maximal 10 Seiten umfassen.

Die folgenden Fragen können bei der Strukturierung Ihrer Angaben helfen:

1. Welche Beispiele für digitales Kundenerlebnis („Customer-Experience“) gibt es in Ihrem Unternehmen?
2. Wie hat sich das Kundenerlebnis durch die digitale Transformation verändert?
3. Welche Ziele wurden mit der Schaffung eines digitalen Kundenerlebnisses verfolgt?
4. Gibt es Ergebnisse von Kundenbefragungen oder externen Messungen, die das digitale Kundenerlebnis bewerten?
5. Wie unterscheidet sich das digitale Kundenerlebnis in Ihrem Unternehmen von Ihren wichtigsten Mitbewerbern?
6. Messen Sie Kundenorientierung? Wie messen Sie Kundenorientierung?
7. Welches inhaltliche und methodische Vorgehen gibt es in Ihrem Unternehmen, um verstärkte Kundenorientierung zu erreichen?
8. Hat Ihr Unternehmen besondere Kompetenzen, die es Ihnen erlauben, Kunden in persönlicher Weise über verschiedene Kanäle (online, telefonisch, vor Ort etc.) hinweg zu betreuen?
9. Wie bewerten Sie die Gefahr, dass sich digitale Plattformen zwischen Ihr Unternehmen und Ihre Kunden schieben?

Einbindung in digitale Strategie und wirtschaftlicher Erfolg

Bitte stellen Sie kurz dar, wie die Digitalisierung des Kundenerlebnisses in Ihre digitale Strategie bzw. Unternehmensstrategie eingebunden ist und ob es messbare finanzielle Auswirkungen, insbesondere auf Umsatz und Kosten, der Digitalisierung des Kundenerlebnisses gibt.

BEWERBUNG IN DER PREISKATEGORIE 3: DIGITALE PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

Bewerben Sie sich in der Kategorie „Digitale Produkte und Dienstleistungen“, wenn Sie Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung durch Digitalisierung nachhaltig aufgewertet haben. Digitale Produkte oder digitale Dienstleistungen, die für diese Preiskategorie in Frage kommen müssen, zwingend einen Preis besitzen, der auf dem Markt durchgesetzt wird.

Für diesen Preis kommen auf der einen Seite rein digitale Produkte oder Dienstleistungen in Frage aber auch sog. „Smart Products“ oder „Cyber-Physical Systems“, d.h. physische Produkte, die durch digitale Dienstleistungen angereichert oder erweitert werden. In der Kategorie „Digitale Produkte und Dienstleistungen“, können auch Bewerbungen einreicht werden, die sog. Digitale Ökosysteme umfassen, die rund um Produkte oder Dienstleistungen geschaffen wurden.

Die Jury bewertet, ob und in welchem Umfang eine Digitalisierung der Produkte und Dienstleistungen erfolgt ist. Quantitativ nachweisbarer Erfolg, vor allem in Form von Umsatz und Gewinn durch digitale Produkte und Dienstleistungen oder Ökosystem, ist eine entscheidende Voraussetzung für eine erfolgreiche Bewerbung.

Die Präsentation sollte maximal 10 Seiten umfassen.

Die folgenden Fragen können bei der Strukturierung Ihrer Angaben helfen:

1. Welche digitalen Produkte und Dienstleistungen bzw. Smart Products werden von Ihrem Unternehmen angeboten?
2. Was ist der Preis des digitalen Produktes oder der digitalen Dienstleistung? Wie hat sich der Preis durch die Digitalisierung verändert? Wie sind die Preise der Mitwerber mit ähnlichen digitalen Produkten und Dienstleistungen?
3. Wie bewerten Sie Ihre digitalen Produkte und Dienstleistungen, insbesondere unter Berücksichtigung des Preises, im Vergleich zu denen Ihrer Mitbewerber?
4. Sind Ihre digitalen Produkte und Dienstleistungen in digitale Ökosysteme Ihres Unternehmens oder in Ökosysteme anderer Unternehmen eingebunden?
5. Wie hoch ist Ihr Umsatzanteil (in %), der mit digitalen Produkt- und Dienstleistungen erzielt wird? Haben diese Angebote eine Bedeutung für Ihren nicht-digital erzielten Umsatz?
6. Wie innovativ ist diese Veränderung aus Ihrer Sicht?

Einbindung in digitale Strategie und wirtschaftlicher Erfolg

Bitte stellen Sie kurz dar, wie die Digitalisierung von Produkten und Dienstleistungen in Ihre digitale Strategie bzw. Unternehmensstrategie eingebunden ist und ob es messbare finanzielle Auswirkungen der Digitalisierung des Kundenerlebnisses gibt?

BEWERBUNG IN DER PREISKATEGORIE 4 DIGITALE PROZESSE UND ORGANISATION

Bewerben Sie sich in der Kategorie „Digitale Prozesse und Organisation“, wenn Sie Ihre internen Abläufe durch Digitalisierung flexibilisiert oder effizienter gemacht haben.

Bewerbungen in dieser Kategorie sollten die Digitalisierung von Prozessen im Mittelpunkt haben, die in erster Linie eigene Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter betreffen. Während bei der Kategorie 2 „Digitales Kundenerlebnis“ der Kunde, und somit die externe Orientierung im Vordergrund steht, steht in dieser Kategorie die interne Orientierung im Vordergrund.

Bewerbungen in dieser Kategorie können auf der einen Seite innovative Geschäftsprozesse umfassen, können sich aber auch auf neue Formen der Arbeitsorganisation („Future of Work“) beziehen. Insbesondere Prozesse, die durch neuen Einsatz von Informations- und Kommunikationstechnik auf einen höheren Automatisierungsgrad gesetzt werden, kommen für eine Bewerbung in Frage. Auch die Gestaltung der Innovationsprozesse spielt für die Jury eine Rolle.

Darüber hinaus würdigt die Jury, wenn in der Aufbauorganisation sinnvolle Stellen oder Strukturen, wie z. B. ein Chief Digital Officer, eine Abteilung für Data-Analytics oder Innovation-Labs, geschaffen werden. Als Bewertungskriterium für den Digital Champions Award spielt vor allem die Digitalisierung von Prozessen eine Rolle.

Die Präsentation sollte maximal 10 Seiten umfassen.

Die folgenden Fragen können bei der Strukturierung Ihrer Angaben helfen:

1. Welche internen Prozesse wurden in Ihrem Unternehmen digitalisiert? Welche konkreten Beispiele gibt es?
2. Welche Rolle spielen Prozessautomatisierung bzw. Machine-to-Machine-Prozesse oder der Einsatz künstlicher Intelligenz? Wie stark sind Geschäftsprozesse bereits durch die IT automatisiert? Gibt es entsprechende Kennzahlen zum Messen des Automatisierungsgrads? Wie haben sich diese Kennzahlen entwickelt?
3. Geht es bei diesen digitalen Prozessen um Informationsverteilung, Kommunikation oder um Transaktionen? Wird die Digitalisierung der Prozesse durch physische Maßnahmen, z. B. Umbauten, begleitet?

4. Wie sind die Reaktionen der Betroffenen bzw. der wichtigsten internen Stakeholder auf die Neuorganisation der Prozesse? Gab es Einwände/Diskussionen mit Betriebsrat bzw. Gewerkschaften?
5. Inwiefern hat Ihr Unternehmen digitale Aktivitäten in die Kernprozesse eingebunden?
6. Dienen Ihre Digitalisierungsprojekte als Inspiration für Neuerungen im bestehenden Geschäft?
7. Welche Rolle spielen Social Media in der Kommunikation innerhalb Ihres Unternehmens und nach außen?
8. Welche aufbauorganisatorischen/strukturellen Veränderungen hat die digitale Transformation bewirkt? Sind z. B. neue Abteilungen/Geschäftseinheiten/Unternehmen (Spin-offs) entstanden?
9. Wer verfügt bei Ihnen im Haus über eine besondere Expertise für die digitale Transformation, z. B. ein Chief Digital Officer? Wenn ja, warum? Wenn nein, warum?
10. Gibt es in Ihrem Unternehmen angestellte Experten für digitale Transformation? Wie viele sind es und wo sind sie angesiedelt?

Einbindung in digitale Strategie und wirtschaftlicher Erfolg

Bitte stellen Sie kurz dar, wie die Digitalisierung von Prozessen und der Organisation in Ihre digitale Strategie bzw. Unternehmensstrategie eingebunden ist und ob es messbare finanzielle Auswirkungen der Digitalisierung des Kundenerlebnisses gibt.

6. IMPRESSUM

Veranstalter

Handelsblatt GmbH
Ein Unternehmen der
HANDELSBLATT MEDIA GROUP
Toulouser Allee 27
40211 Düsseldorf

Projektverantwortliche

Timo Dombrowe
Projektmanager 360°
Tel.: +49/ (0)211/ 887-2736
E-Mail: dca-info@wiwo.de
Internet: www.360grad.handelsblatt.com

Geschäftsführung

Gerrit Schumann, Oliver Voigt
Registergericht: Amtsgericht Düsseldorf,
HRB 38183, UID: DE812813090

Design & Layout

Superblau GmbH, Marco Barooah-Siebertz
Kurfürstenstraße 3, 50678 Köln
Internet: www.superblau.com