

Digitalisierung und Transformation

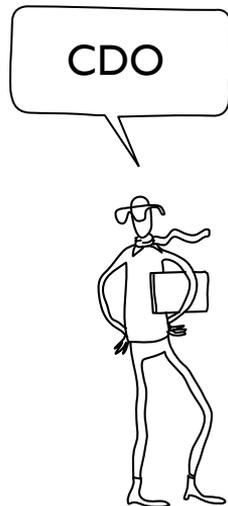
Wovon Erfolg in der Zukunft der Mode (mehr als alles andere) abhängt

Dr.Andreas Brill | Summer School der Wilhelm-Lorch-Stiftung | Mönchengladbach | 23.09.2019

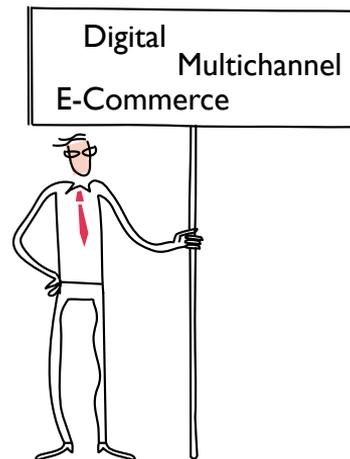
In den letzten Jahren ist Digitalisierung (schließlich dann doch) zum großen Thema der Fashionindustrie geworden.



Medien



Unternehmen



Berater

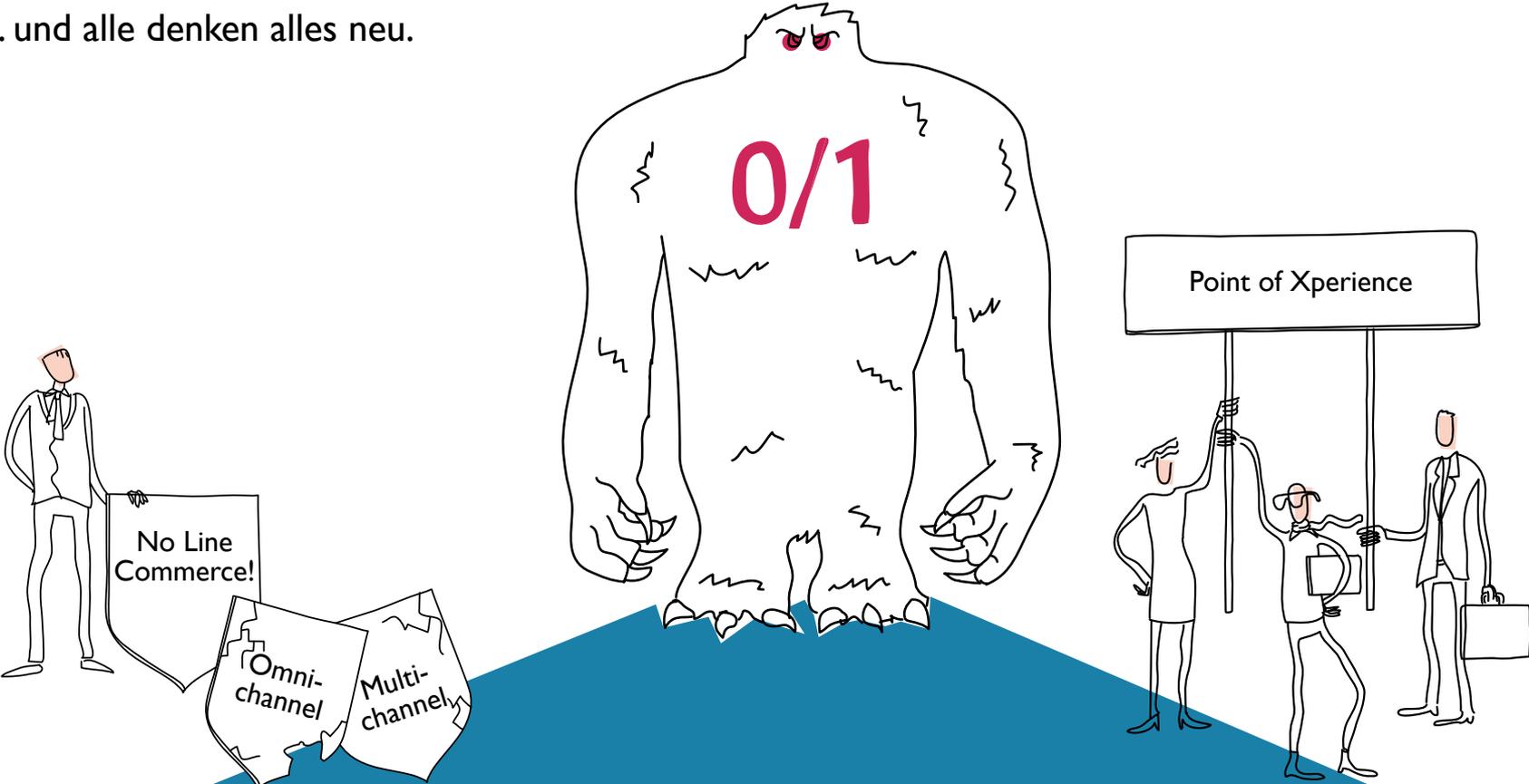


Konferenzen

Die Auswirkungen sind offensichtlich. Und dramatisch.



... und alle denken alles neu.



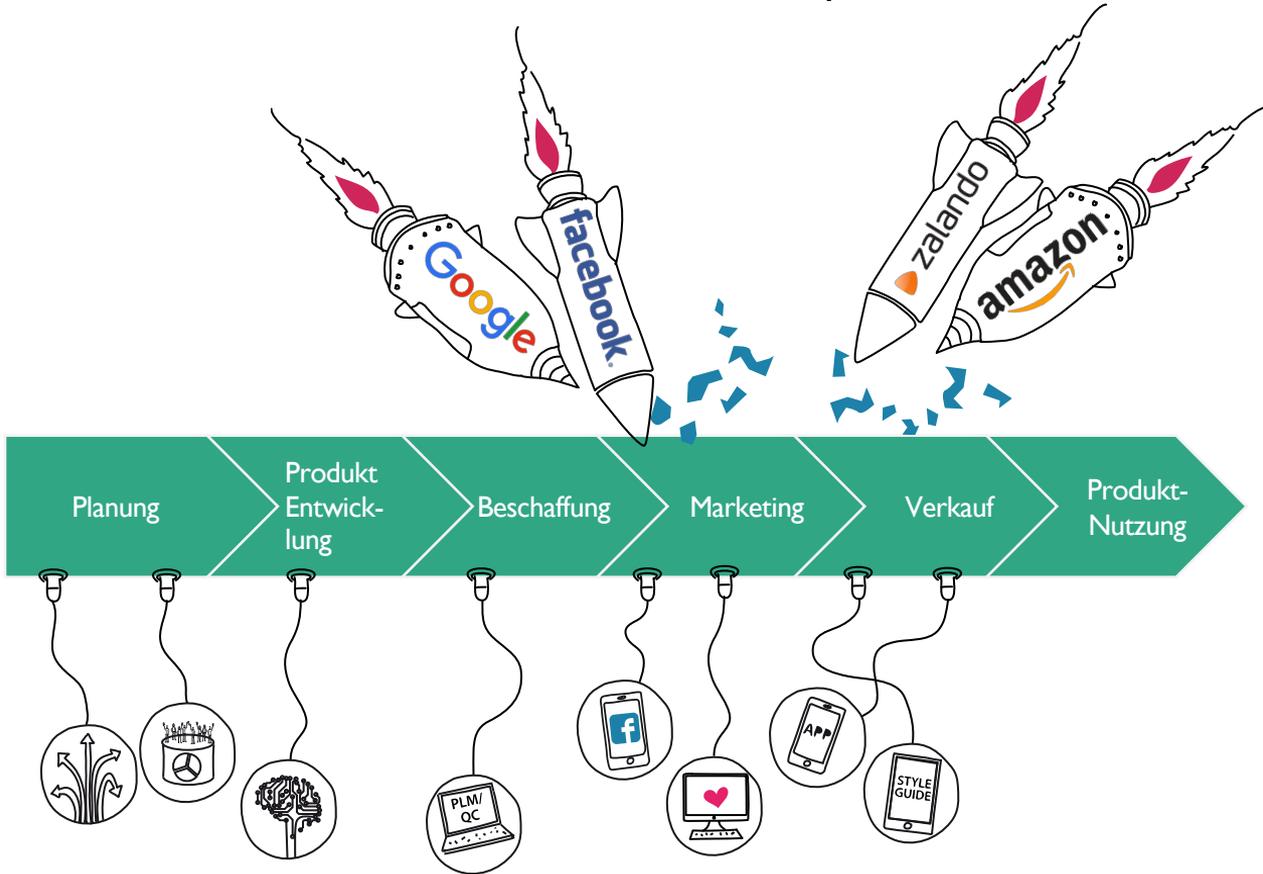
So sieht es aus. Oder?

Stimmt das?

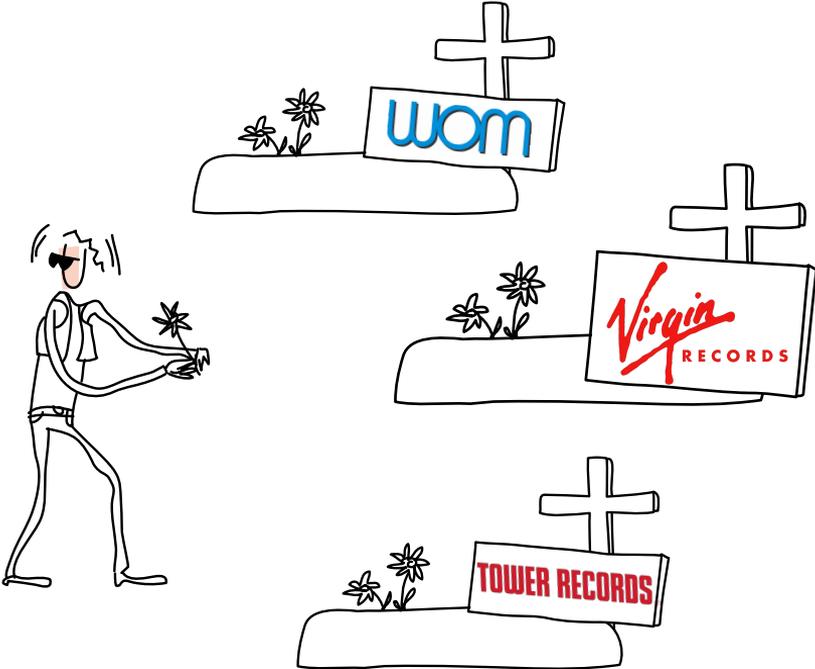
Wird alles neu gedacht?

Hat sich alles verändert?

Wenn man genauer hinsieht, sieht man: so viel ist bisher nicht passiert.

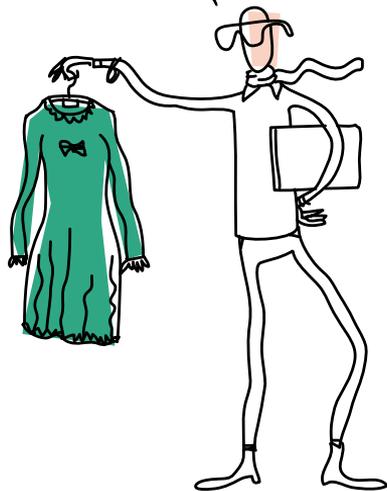


Das wird besonders deutlich, wenn man den Vergleich zwischen Fashion- und Musikmarkt zieht.



Jetzt werden einige sagen: “Kein Wunder! Fashion ist anders! Das Produkt kann nicht digitalisiert werden!”

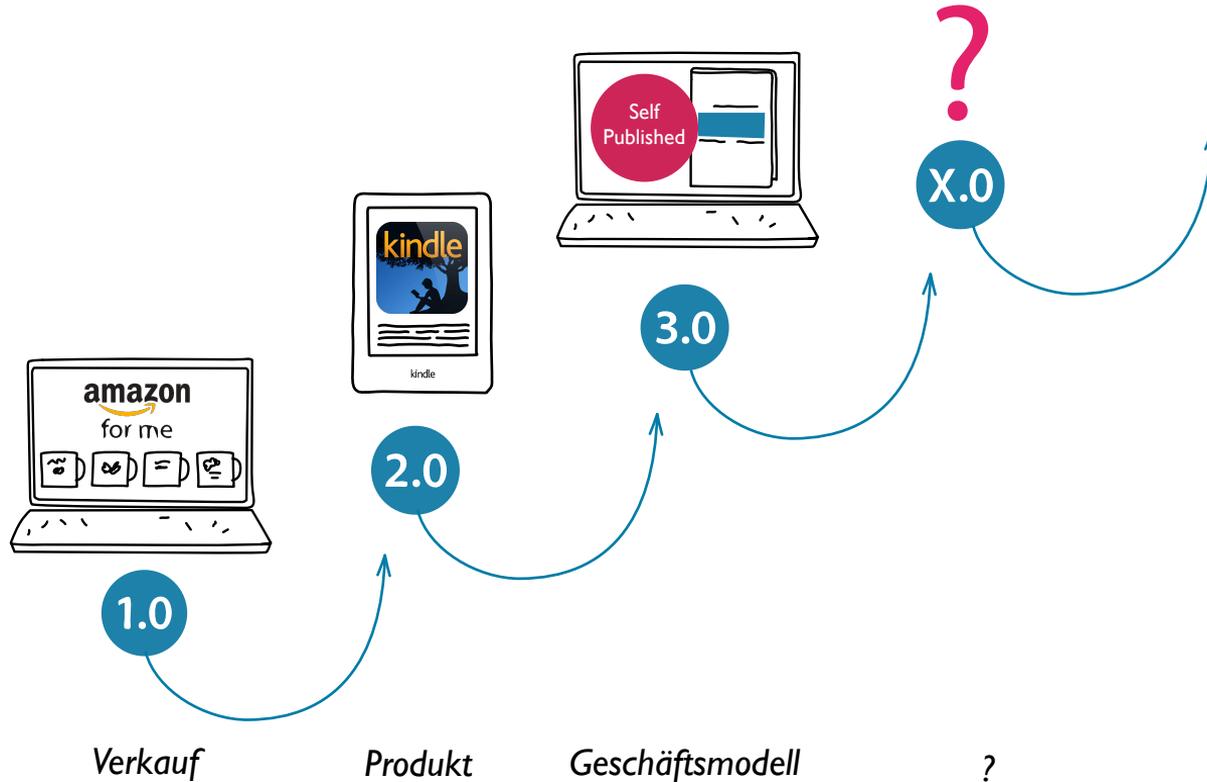
Physisches Produkt
=
Nicht digitalisierbar



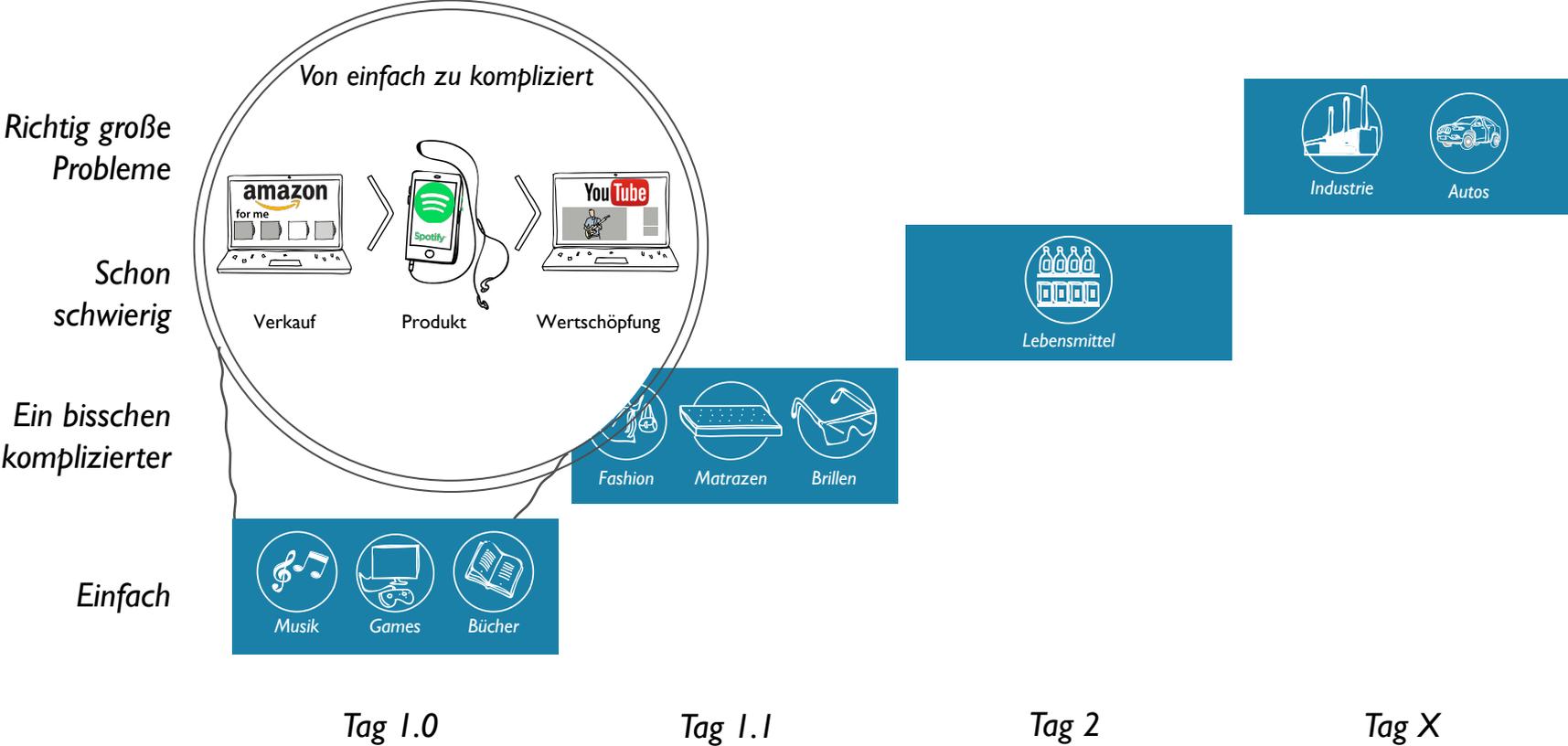
Aber genau das hat die Buchindustrie vor 10 Jahren auch gedacht und gesagt.
Was im nachhinein ein Witz ist. Weil es so offensichtlich ist, dass es falsch war.



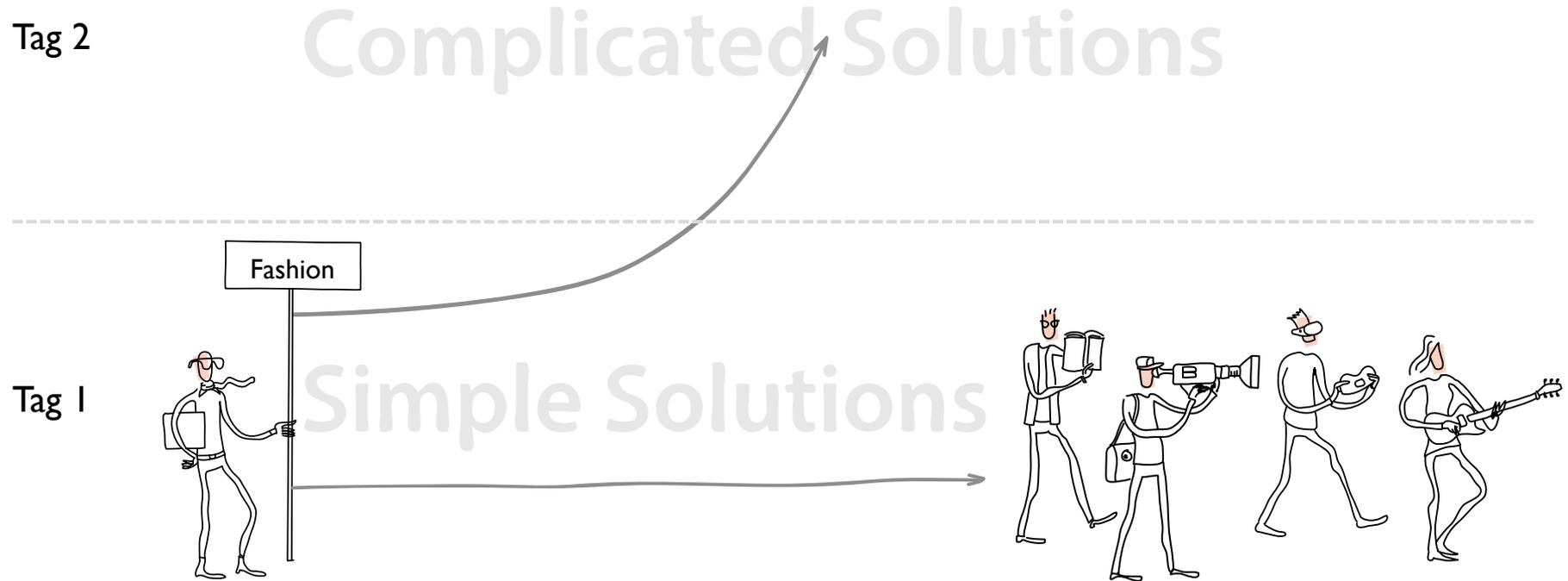
Denn im Buchmarkt ist genau das passiert, was sich auch in der Musik-, Spiele- und Filmindustrie abgespielt hat: das Muster sukzessiver Transformationsprünge.



Dieses Muster ist das allgemeine Muster der Digitalisierung: Es beginnt mit den einfachen Dingen in den Bereichen, die leicht digitalisierbar sind. Und dann kommt das, was kompliziert ist.



Genau diese Dynamik steht der Fashionbranche bevor. Und zwar in doppelter Hinsicht.



Warum?

Weil es machbar ist. Weil es Sinn macht. Und weil es längst angegangen wird.



Blockchain:

Von vernetzten Computern und Menschen zu vernetzter Werschöpfung



Machine learning:

Von skalierten Geschäftsmodellen zu skalierten Fähigkeiten

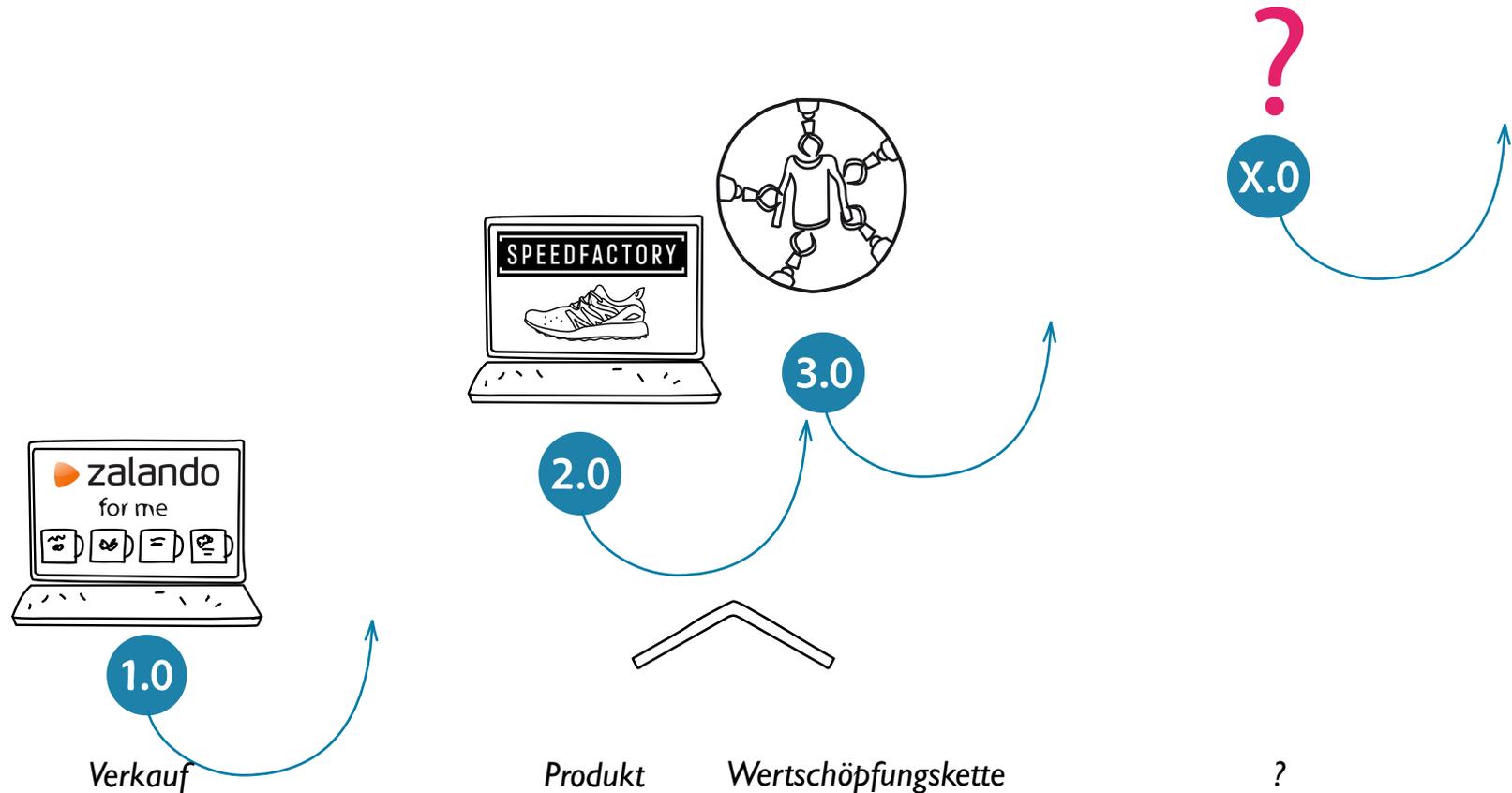


Machbar

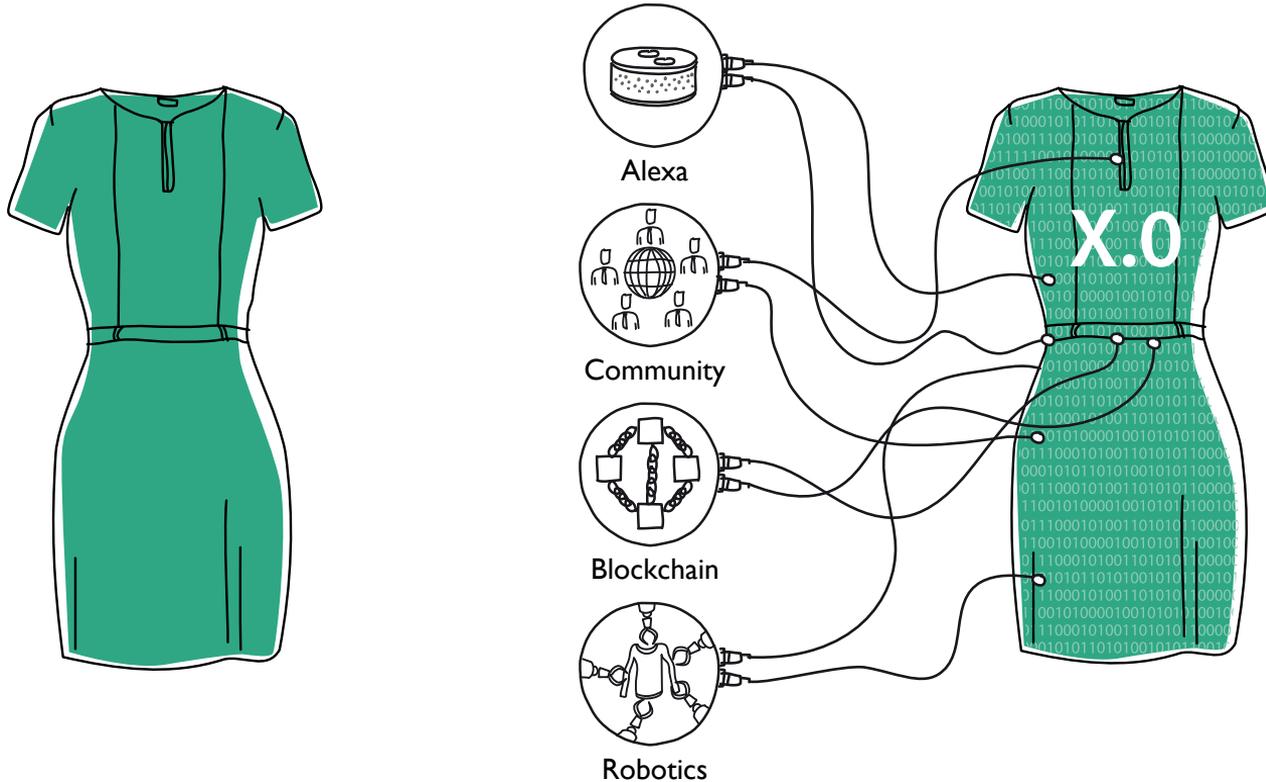
Sinnvoll

In Anbahnung

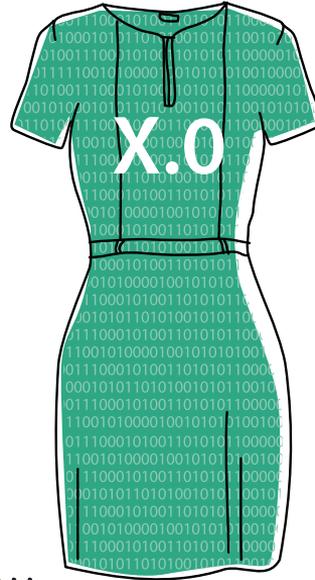
Ganz konkret heißt das, dass die Fashion-Industrie in den nächsten 5-10 Jahren die Digitalisierung ihrer Produkte, Wertschöpfungskette und Geschäftsmodelle erleben wird ...



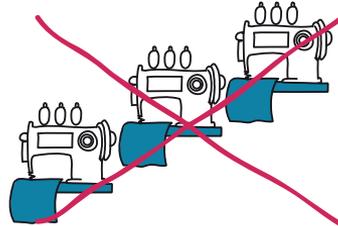
... dass Fashion Produkte andere Probleme lösen werden. Und anders entwickelt werden ...



... und dass sich deshalb *alles* andere auch verändern wird!



Design 2019



Produktion 2019



eCommerce 2019



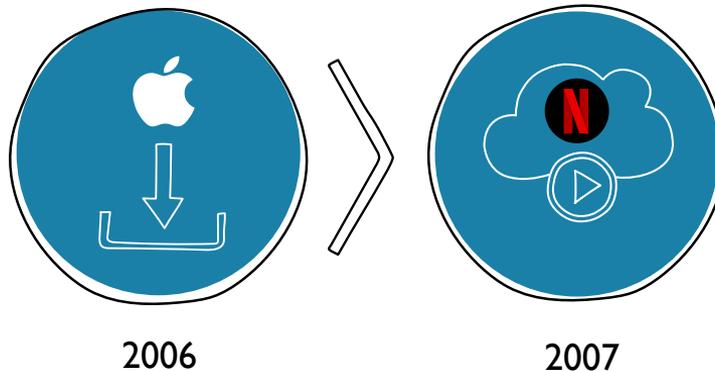
Kunde 2019

Die Frage ist nicht, ob das passieren wird.

Die Frage ist:

Wie kann man in dieser Transformation erfolgreich sein?

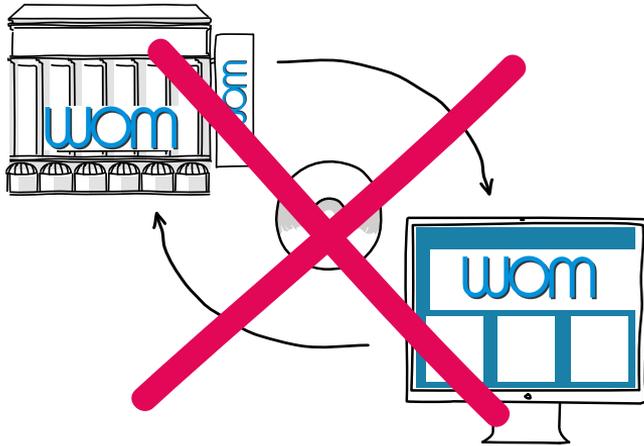
Was wir aus allen digitalen Transformationen lernen können: Die Lösungen, die den großen Unterschied machen, sind die, mit denen praktisch alle *nicht* rechnen!



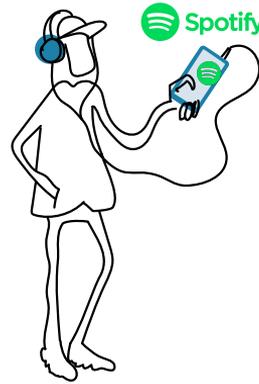
Offensichtlich

Geheimnis

Den Unterschied zwischen erfolgreicher und gescheiterter Transformation macht deshalb die Fähigkeit, sich auf die Veränderungen einzustellen, mit denen man *nicht* gerechnet hat.



nicht responsiv



regelbrechend



responsiv

Um das zu können, muss man in allen Dimensionen, die ein Unternehmen ausmachen, anders ticken.

RADIKALER KUNDEN-FOKUS

Grenzen Verständnis sprengen!



OFFENHEIT UND VERNETZUNG

Grenzen Wissen sprengen!



10X LÖSUNGEN

Grenzen Geschäftsmodell sprengen!



ADAPTIVE PRODUKTIVITÄT

Grenzen Anpassungsfähigkeit sprengen!



AGILITÄT

Grenzen des Organisierens und Entscheidens sprengen!

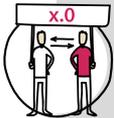
KONTINUIERLICHE ECHTZEIT-TRANSFORMATION

Grenzen der Veränderbarkeit von Unternehmen sprengen!



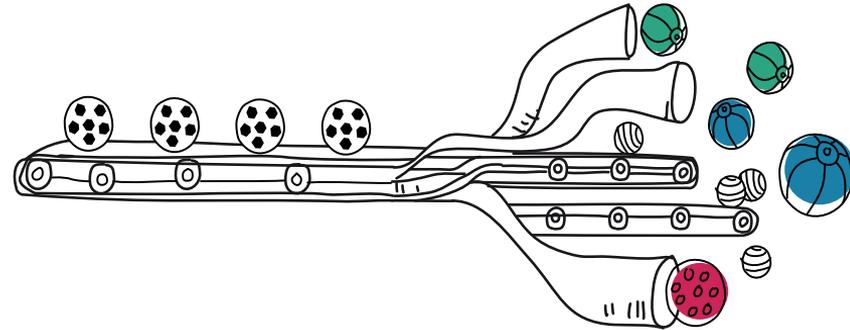
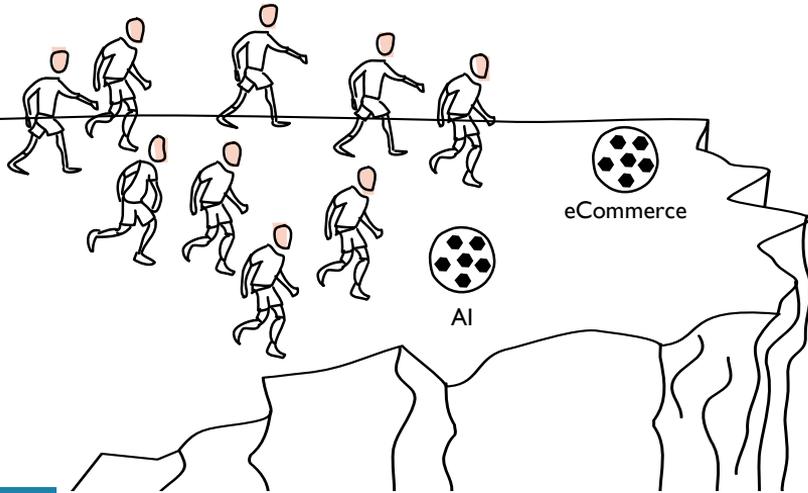
BEIDHÄNDIGKEIT

Grenzen aller bestehenden Logiken sprengen, indem man sie verbessert!

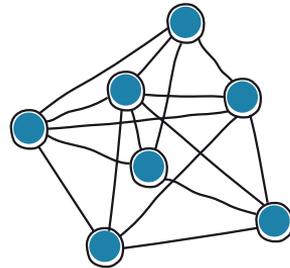
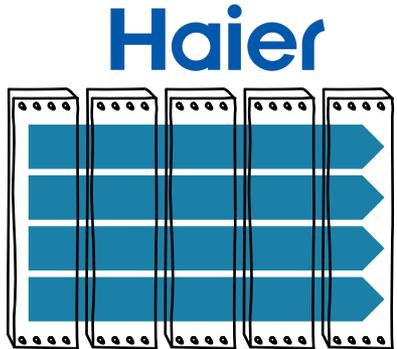


Mit anderen Worten: die Lösung ist nicht die Lösung.

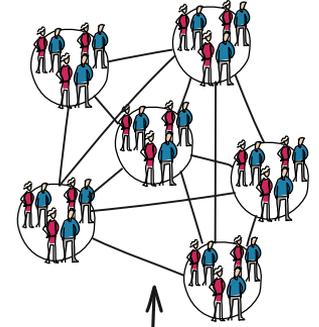
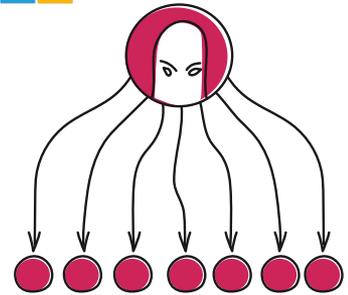
Die Transformation der “Lösungsmaschine”, des “Betriebssystems” ist die Lösung.



Das Gute ist: wir wissen, dass diese Transformation machbar ist.

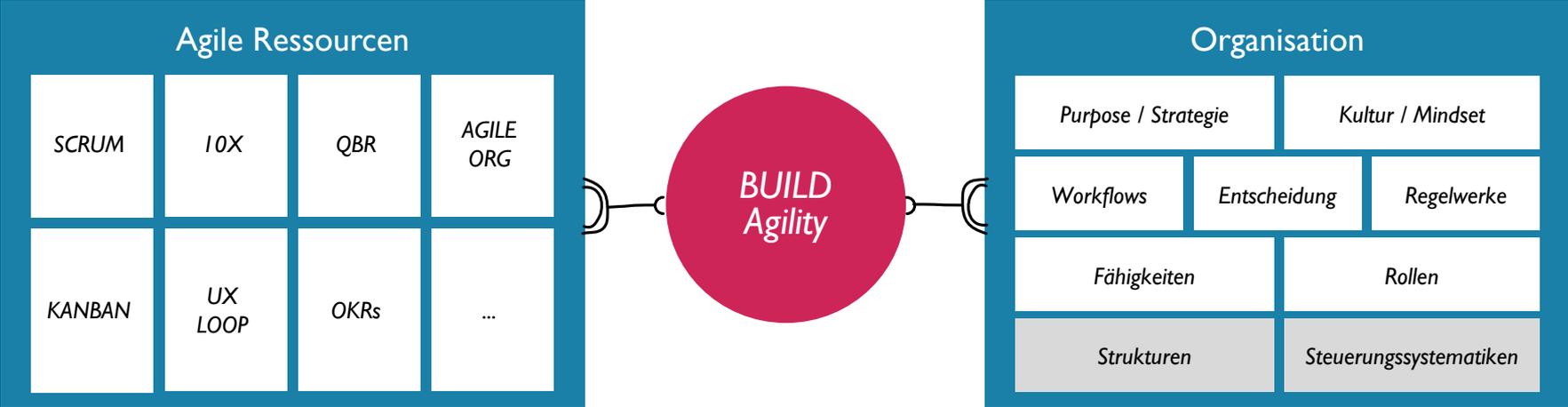


Vom Monolithen zu Micro-Enterprises



Von der Kontrollkrake zu Empowered Teams

Die Lösungen liegen auf dem Tisch. Man darf sie nur nicht kopieren.



Wenn es gelingt, diese Offenheit als Möglichkeit – und nicht als Bedrohung – anzunehmen – und zwar persönlich ...

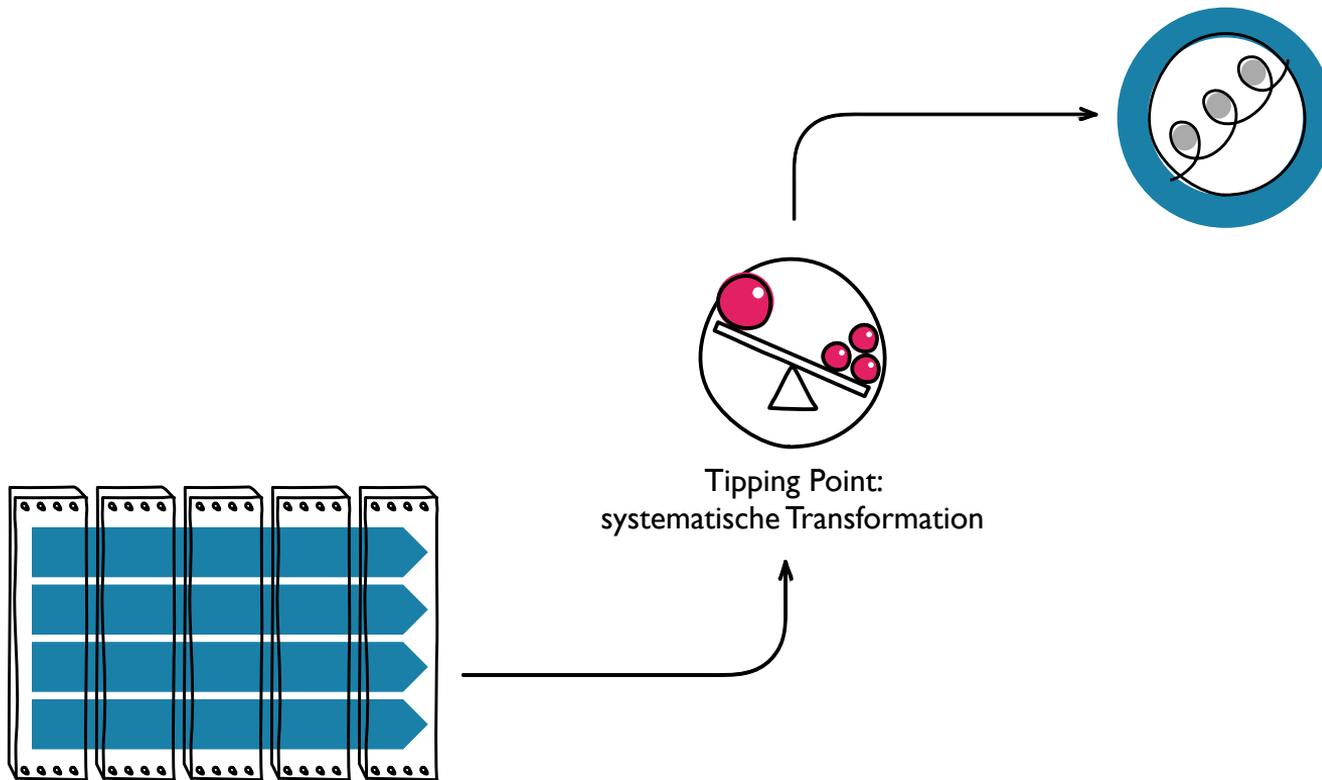
The image shows three presentation slides with stick figures pointing at them. The first slide, 'Agile Basics', is a table with four columns: WORK-FLOW (with a red apple icon), FORMATS (with a red document icon), TOOLS (with a wrench icon), and ROLES (with a person icon). The second slide, 'Design Thinking', shows a process flow with six circles: Understand, Observe, Point of View, Ideate, Prototype, and Test. The third slide, 'De-Priorisierung', is a scatter plot with green checkmarks and red crosses.

WORK-FLOW	FORMATS	TOOLS	ROLES

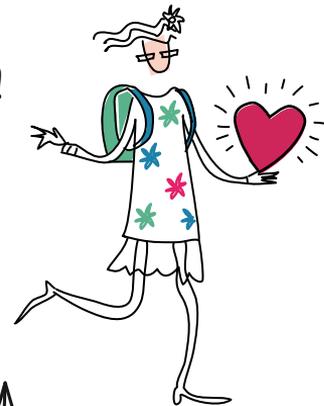
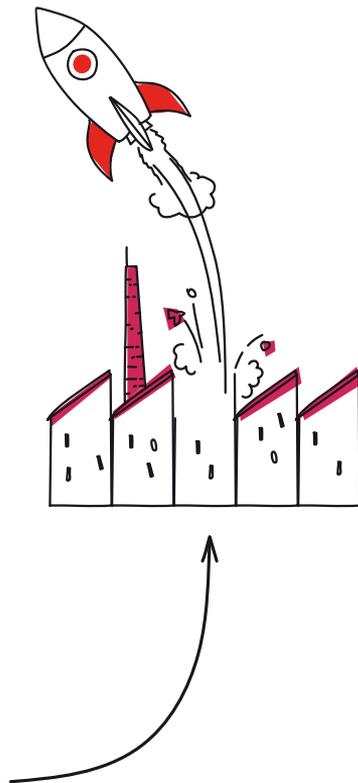
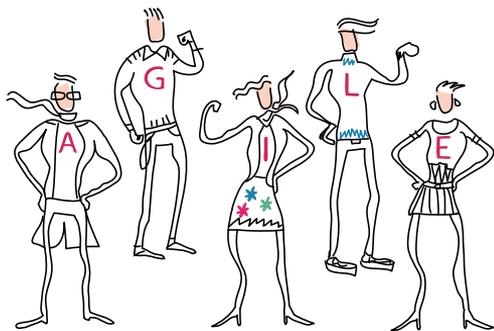
Design Thinking process: Understand, Observe, Point of View, Ideate, Prototype, Test.

De-Priorisierung: A scatter plot with green checkmarks and red crosses.

... und als Organisation ...



..., dann stehen wir am Anfang der besten aller bisherigen Zeiten:
für „Arbeiter“, für „Businesses“. Und vor allem auch: für Fashion-User!



Vielen Dank für Eure Aufmerksamkeit!

OFFICE RHEIN/RUHR
Schifferstr. 200
47059 Duisburg



OFFICE MÜNCHEN
Robert Koch Str. 2
82152 Planegg b. München

b4b GmbH | Email: info@b4b.com | Tel.: 0203 713 959 00 | www.b4b.com