

#DNO Lunch & Learn

Chief Digital Officer

Schlüsselspieler für deine
digitale Transformation

Bevor wir starten ...

- Du / Sie
- Supermarkt-Prinzip
- Sei kritisch
- Ähnlichkeiten sind reiner Zufall

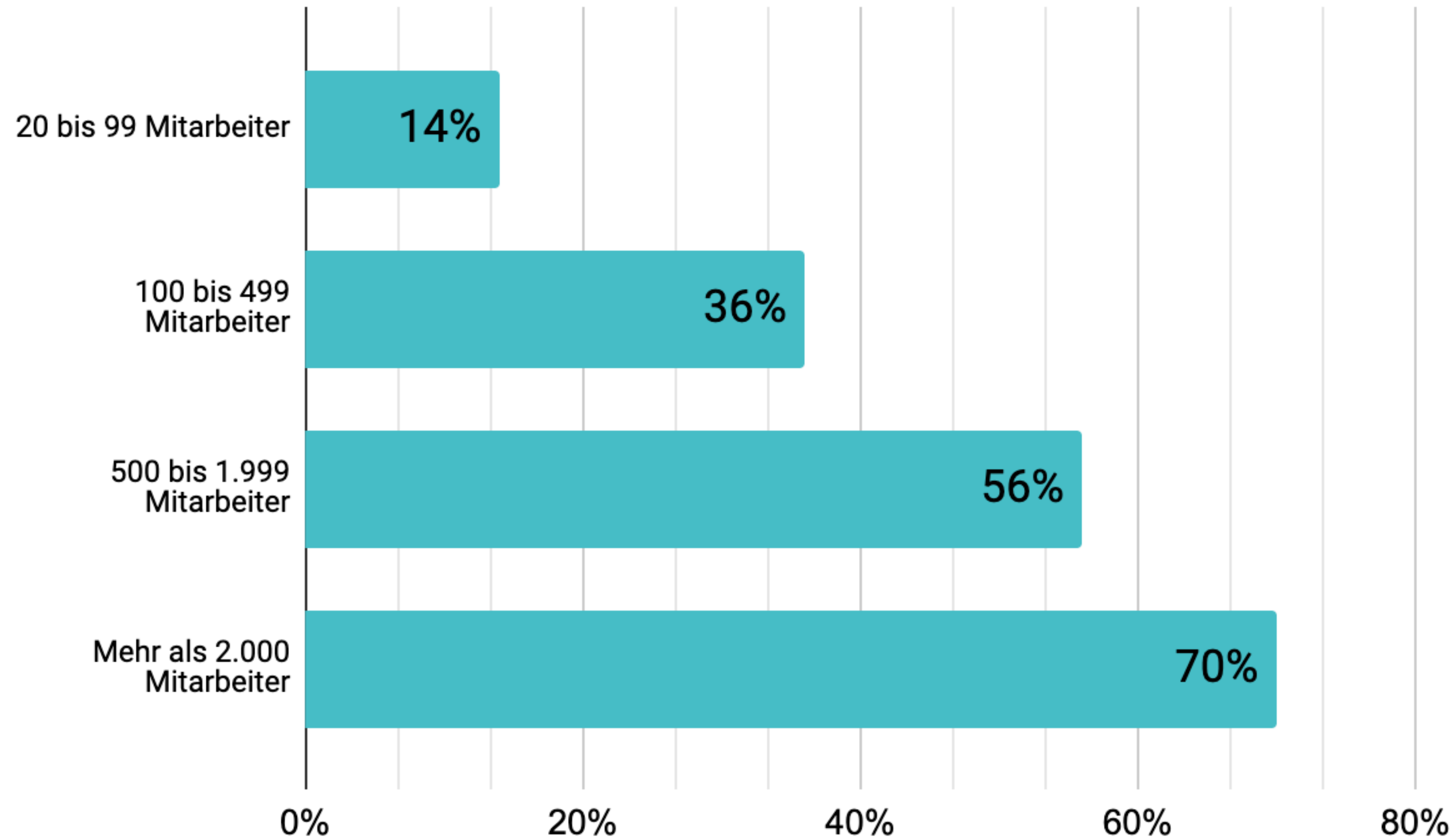
Agenda

1. Rolle des CDO
2. Die wichtigsten Aufgaben
3. Merkmale / Persönlichkeit des CDO
4. Intern oder Extern besetzen?

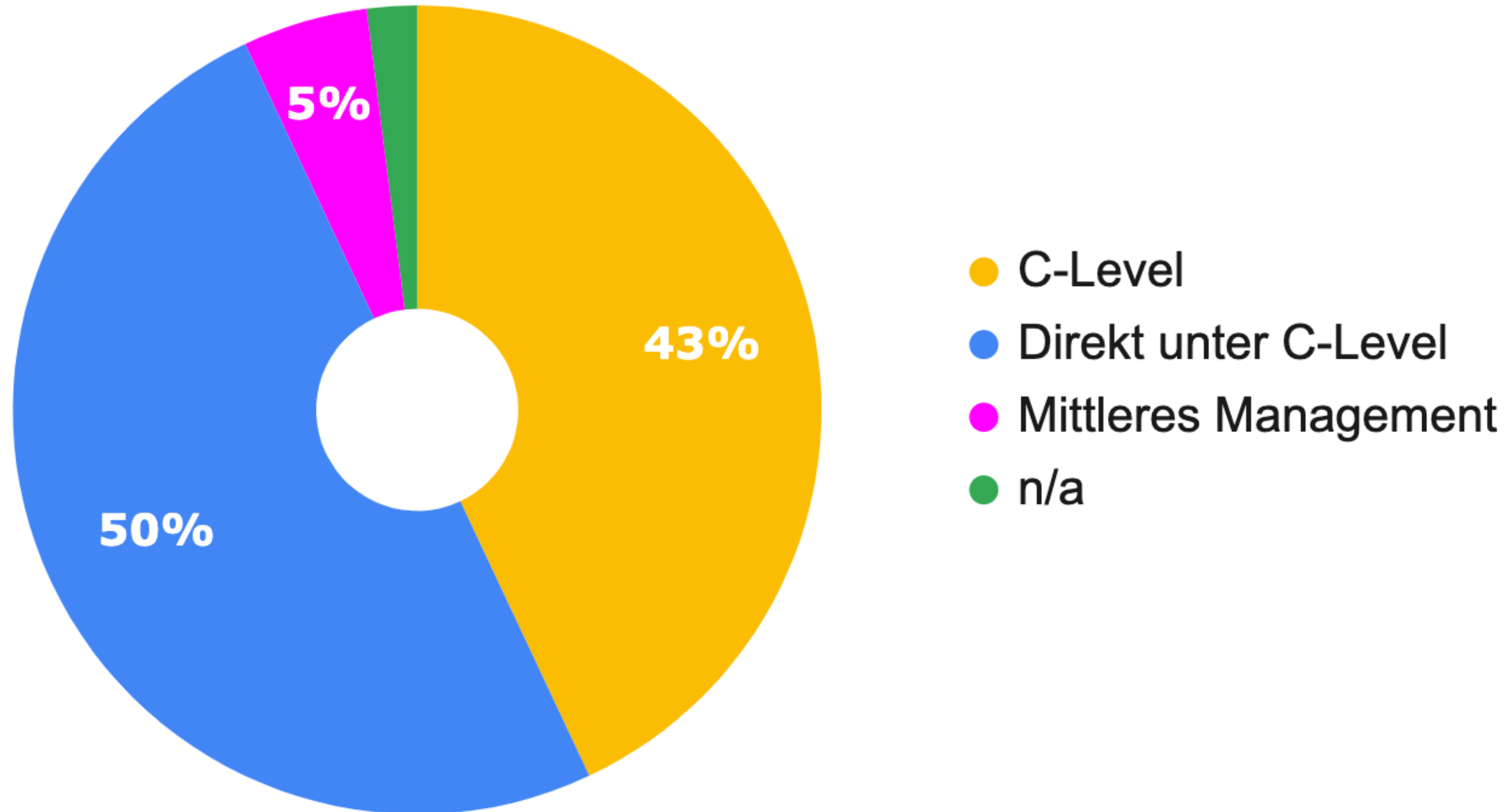
Rolle des CDO

“CDO als ranghöchste Führungskraft für die Gestaltung und Umsetzung der digitalen Transformation in deinem Unternehmen.”

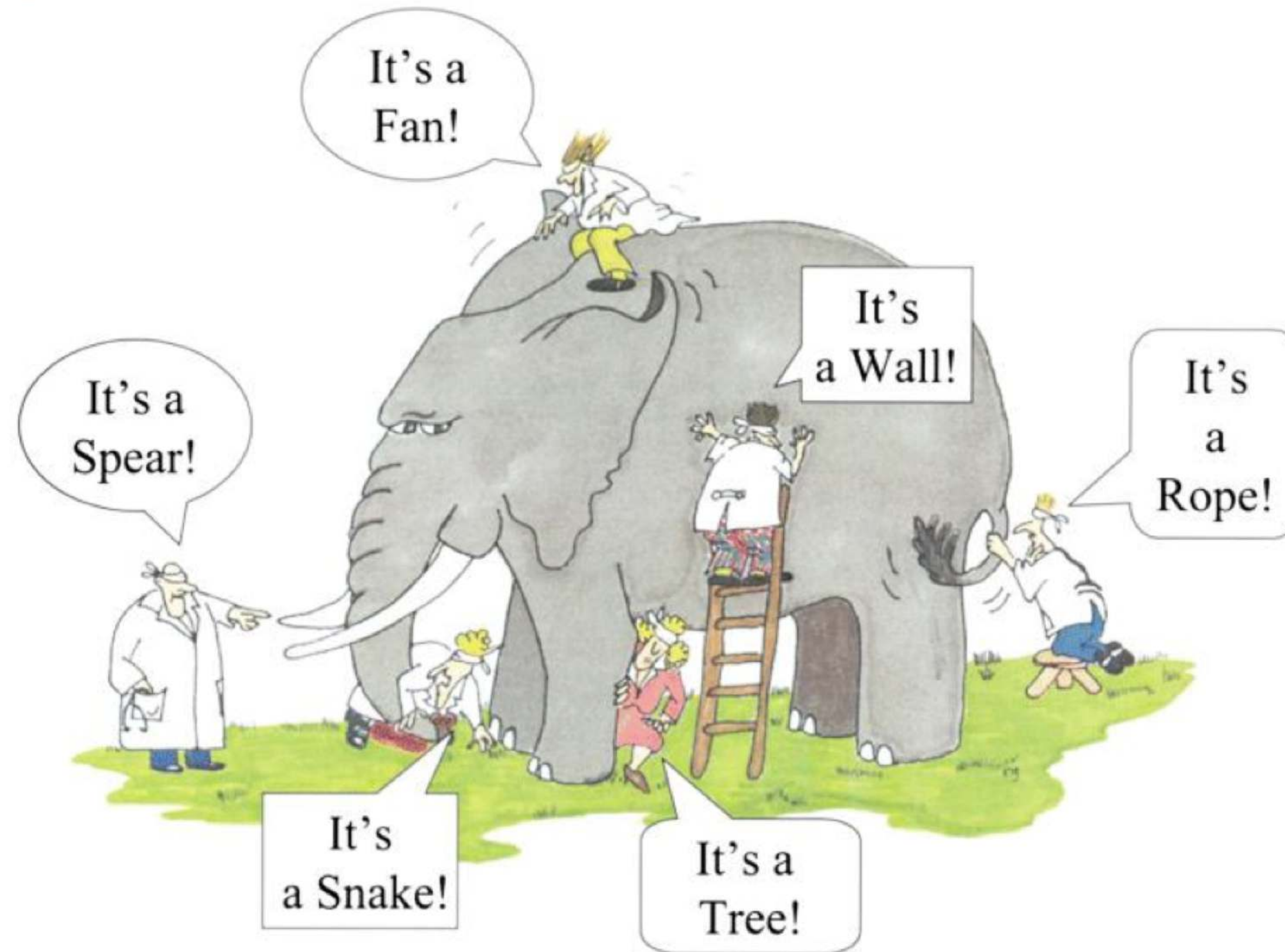
Gibt es in ihrem Unternehmen einen CDO oder Leiter Digitalisierung?



Wo ist der CDO positioniert?



Was sollen wir vom CDO erwarten?



Spielfeld des CDO

- **Kosten:** Digitalisierung der Wertschöpfung zur Senkung der Prozess- und Transaktionskosten
- **Kundenerlebnis:** Digitale Services und Sichtbarkeit auf digitalen Kanälen für zufriedene Kunden
- **Umsatz:** Aufbau digitaler Distributions- und Absatzkanäle, Abverkauf bestehender Leistung
- **Innovieren:** Digitale Produkte, neue digitale Mehrwert-Services und Geschäftsmodelle



Digitalstrategie



IT-Infrastruktur



Die wichtigsten* Aufgaben des CDO

***und schwierigsten**

Die wichtigsten* CDO Aufgaben

1. Attention / Commitment der GF hoch halten und sie permanent einbinden bzw. "in Verantwortung" bringen
2. Digital- vs Unternehmensstrategie bzw. Digital strategisch verankern

***und schwierigsten**

A large, solid yellow circle containing the text 'Unternehmens-Strategie'.

Unternehmens-
Strategie

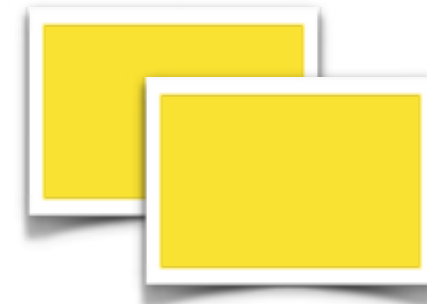
A large, solid dark blue circle containing the text 'Digital-Strategie'.

Digital-
Strategie

Trends

Schwächen

Stärken



Die wichtigsten* CDO Aufgaben

1. Attention / Commitment der GF hoch halten und sie permanent einbinden bzw. "in Verantwortung" bringen
2. Digital- vs Unternehmensstrategie bzw. Digital strategisch verankern
3. Budgets allokkieren und Business Cases entwickeln

***und schwierigsten**

**“Der Unterschied zwischen Theorie und Praxis
ist in der Praxis größer als in der Theorie.”**

–Ernst Ferstl

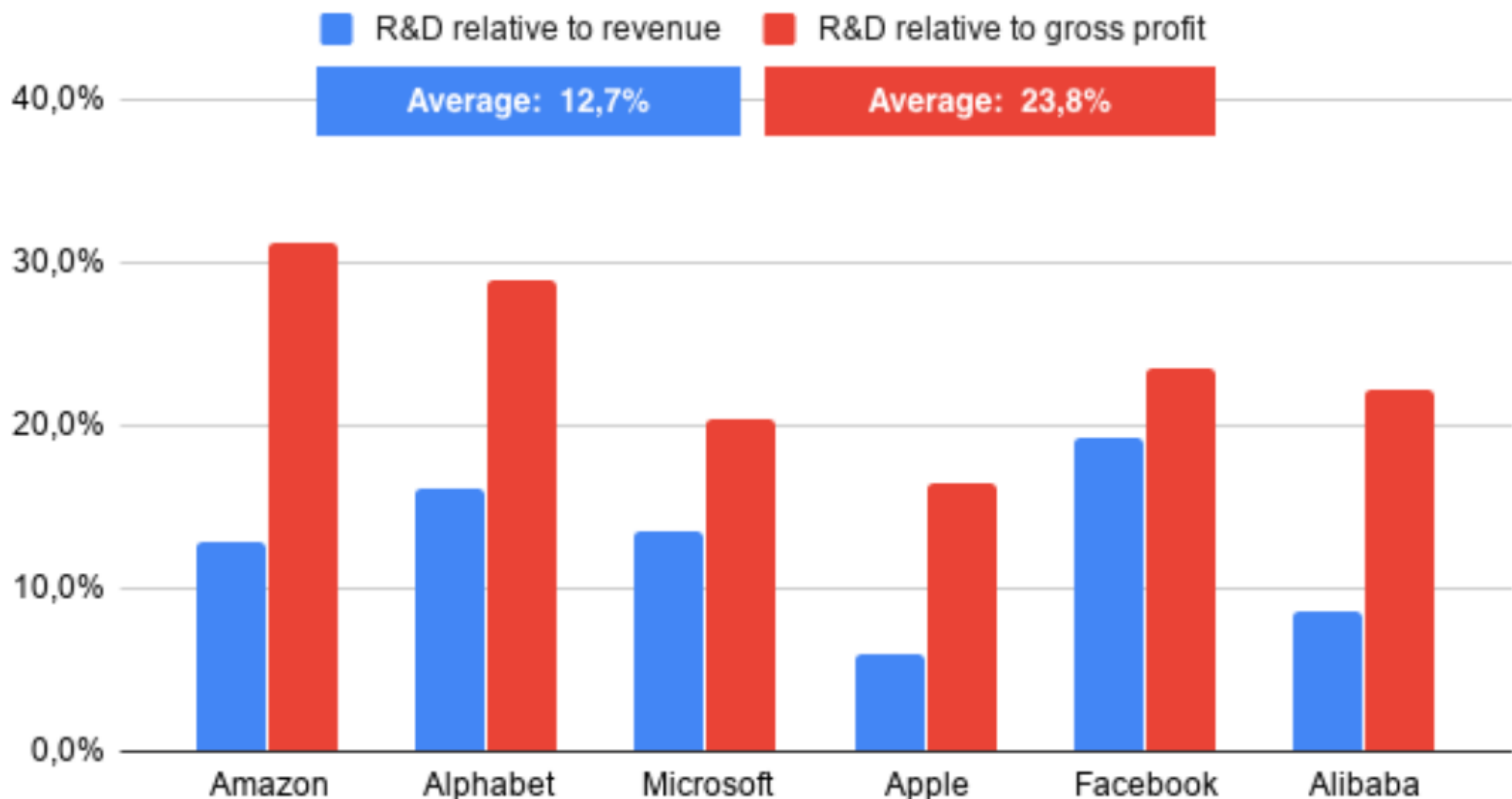
Budgets / Business Cases

- Budgets schreien nach Business Cases
- ABER: Erhebung der IST Zahlen ist sehr aufwendig oder ungewollt, damit fehlt die Grundlage für einen "Business Case" im klassischen Budgetdenken
- "Besseres Kundenerlebnis" ist nur schwer oder langfristig quantifizierbar
- Kosten für Technologie und Softwareentwicklung werden systematisch unterschätzt
- Agile Vorgehensmodelle passen nicht in Excel Budgetplanungen
- ROI Denken in 1-3 Jahren z.T. kontraproduktiv bei Digital-Invests

Tips für die Budgetverhandlung

- An strategische Handlungsfelder koppeln, nicht an konkrete Projekte
- Ins Verhältnis setzen: Was gibt deine Organisation für die Buchhaltung aus? Für PKW etc.? Und was für Digital?
- Wie ist das Verhältnis von Umsatz / EBIT zu Invests / Ausgaben für Digital / IT?
- Karotte: Digitale Märkte tendieren zu Oligopolen, “Winner takes it all”

R&D Ausgaben relativ zu Umsatz und Gross Profit



Verhältnis der R&D Ausgaben im Verhältnis zu Umsatz (blau) und Gross Profit (rot) -

Quelle: [eigene Auswertung](#)

**“Wir investieren x % unseres Gross
Profits / Umsatz / DB in**

**IT / Technologie
Digitale Services
Digitale Produkte**

Die wichtigsten* CDO Aufgaben

1. Attention / Commitment der GF hoch halten und sie permanent einbinden bzw. "in Verantwortung" bringen
2. Digital- vs Unternehmensstrategie bzw. Digital strategisch verankern
3. Budgets allokkieren und Business Cases entwickeln
4. Erwartungshaltung managen: "Was wir tun könnten" vs das eigene Team aufbauen, vorhandene Ressourcen und die Reife der Organisation
5. Mindset entwickeln bzw. öffnen

***und schwierigsten**



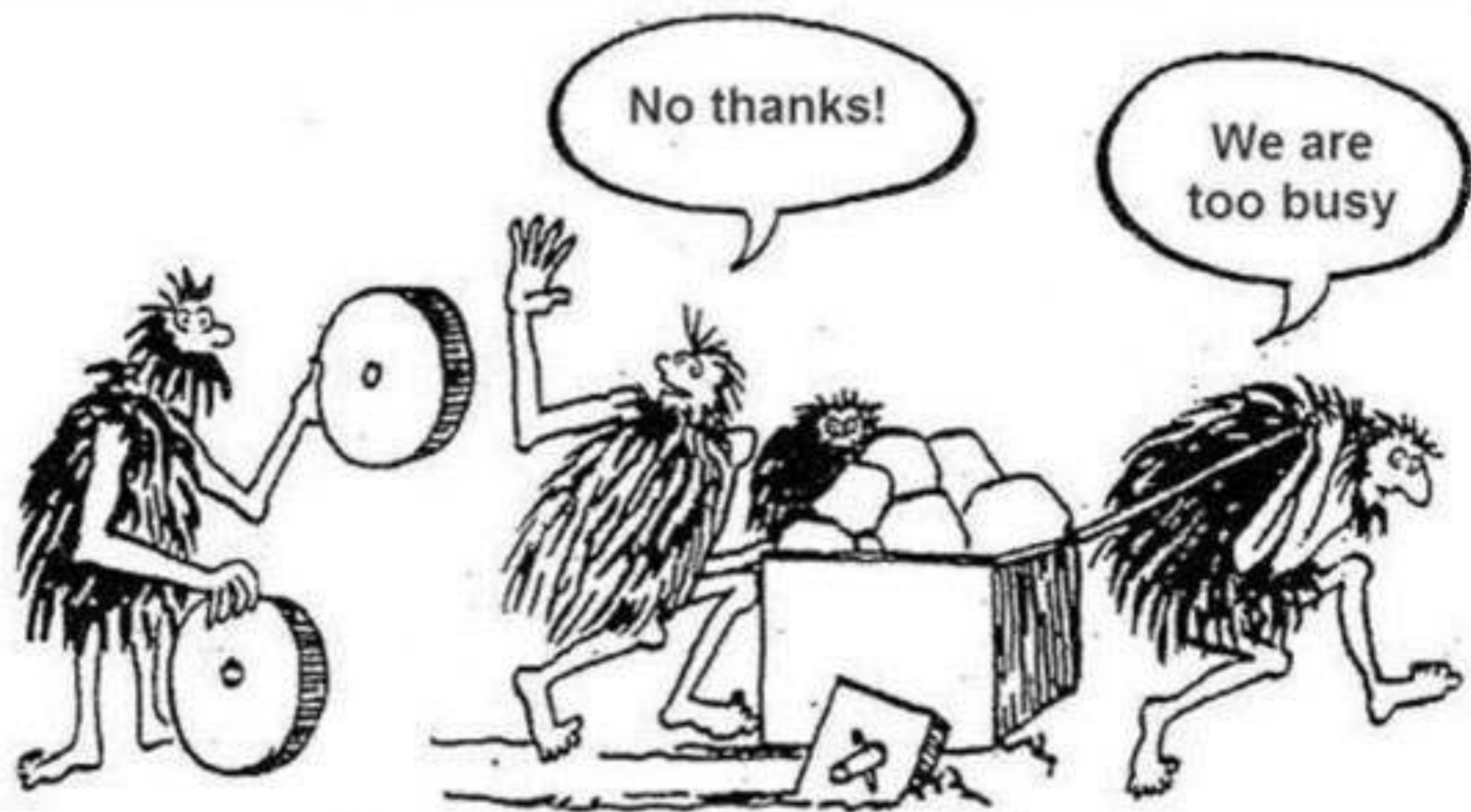
**It's
all
in the
head.**

Digitales Mindset

- Digital ist kein Projekt
- Digital ist nicht einfach eine neue ABTEILUNG
- Digitale Services / Produkte entwickeln ist eine eigene Profession
- Agiles vs traditionelles Projektmanagement
- Vom Kunden aus denken (und handeln)
- Mit dem Problem, statt mit einer tollen Idee starten

“The electric light did not come from the continuous improvement of candles.”

- **Oren Harari**



No thanks!

We are
too busy

Die wichtigsten* CDO Aufgaben

1. Attention / Commitment der GF hoch halten und sie permanent einbinden bzw. "in Verantwortung" bringen
2. Digital- vs Unternehmensstrategie bzw. Digital strategisch verankern
3. Budgets allokkieren und Business Cases entwickeln
4. Erwartungshaltung managen: "Was wir tun könnten" vs das eigene Team aufbauen, vorhandene Ressourcen und die Reife der Organisation
5. Mindset entwickeln bzw. öffnen
6. Aufwand für internes Stakeholder-Management auf < 30% senken
7. Kooperation auf Augenhöhe mit den Fachbereichen
8. Kommunikation: Wofür brauchen wir ein Digital-Team?

***und schwierigsten**

**Eigenschaften die
jedem CDO helfen**

Das ideale CDO Profil

“Hard Skills”

- Verständnis für IT, digitale Technologien, Ökosysteme und Geschäftsmodelle
- Business-Development / strategische Unternehmensentwicklung
- Guter Mix aus konzeptionellen und operativen Skills
- Digital “Hands on”, muss Digital-Experten führen können

“Soft Skills”

- Servant Leader, den Wunsch andere (Bereiche) besser zu machen
- Kollegen mitnehmen auch ohne “institutionalisierte Macht”
- Geduld und Gelassenheit
- Leidenschaft, Leidenschaft, Leidenschaft

Intern oder extern

Rekrutierung

Interner Mitarbeiter

- Hat internes Netzwerk, genießt Vertrauen und hat die richtigen "Connections"
- Ggf. nicht die notwendige Glaubwürdigkeit auch als CDO akzeptiert zu werden
- Braucht mehr externe Hilfe (je nach fachlichem Background)

Extern rekrutieren

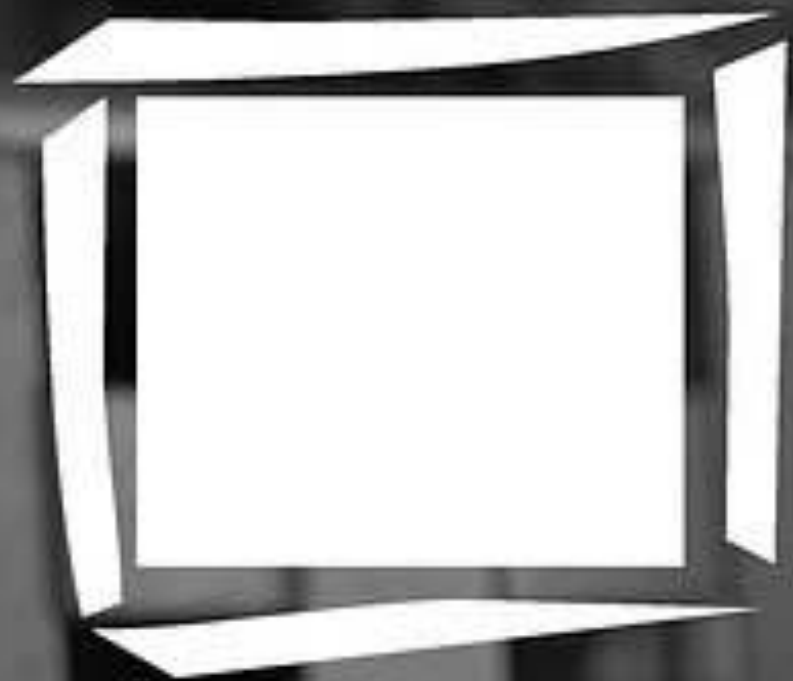
- Bringt die notwendigen fachlichen Skills schon mit
- Dauer / Kosten des Recruiting
- Dauert länger bis er / sie "wirksam" ist und was bewegen kann
- Höheres Risiko, dass der "Fit" zur Organisation nicht passt bzw. dass er die Organisation nicht mitnehmen kann

28.5 - 12.30 Uhr

dno.de/okr-webinar

allg. Verteiler

dno.de/news



Danke

Andreas Diehl
andreas@dno.de
www.dno.de