

## Abstract

### **Wettbewerbsfähig im digitalen Zeitalter: Data Sciences, digitale Geschäftsmodelle und Erfolgsstrategien in der Industrie 4.0**

#### **Kurzzusammenfassung:**

Die hier vorliegende Master Thesis beschäftigt sich mit der Wettbewerbsfähigkeit im digitalen Zeitalter. Die Arbeit fokussiert digitale Geschäftsmodelle, Data Sciences und Erfolgsstrategien in der Industrie 4.0. Der theoretische Teil umfasst den Status quo der Literatur, respektive die digitale Transformation, Digitalisierung, Big Data und digitale Geschäftsmodelle. Es werden innovative Anwendungsfelder der Digitalisierung im Hinblick auf digitale Geschäftsmodelle anhand diverser theoretischer Modelle und innovativer Praxisbeispiele aufgezeigt. Der Abschluss der Arbeit beleuchtet die Untersuchungsergebnisse und liefert praktische Handlungsempfehlungen und Erfolgsfaktoren.

<b>Verfasser/in:</b>	Georg Manfred Müller, BA MCI
<b>Herausgeber/in:</b>	Prof. Dr. Petra Kugler
<b>Veröffentlichung:</b>	2018
<b>Zitation:</b>	Georg Manfred Müller, 2018, Wettbewerbsfähig im digitalen Zeitalter: Data Sciences, digitale Geschäftsmodelle und Erfolgsstrategien in der Industrie 4.0 FHS St.Gallen – Hochschule für Angewandte Wissenschaften: Masterarbeit MSc in Business Administration
<b>Schlagworte:</b>	Digitalisierung, digitale Geschäftsmodelle, Wettbewerbsfähigkeit, digitale Transformation, Wandel der Wertschöpfungskette, Geschäftsprozesse, Vernetzung

## **Ausgangslage**

Die hier vorliegende Master Thesis beschäftigt sich mit der Wettbewerbsfähigkeit im digitalen Zeitalter, wobei insbesondere auf digitale Geschäftsmodelle, Data Sciences und Erfolgsstrategien in der Industrie 4.0 fokussiert wird. Das zu behandelte Themengebiet ist zurzeit von ganz besonderer Relevanz, denn der Digitalisierung wird in der Wirtschaft der Status eines entscheidenden Erfolgsfaktors beigemessen. Dabei kommen aufgrund des starken Wandels der die Digitalisierungswelle mit sich bringt, grundlegende Veränderungen auf Konzerne sowie Klein- und mittlere Unternehmen (KMU) insbesondere in Hinblick auf deren Geschäftsmodell sowie der Wertschöpfungskette zu.

## **Ziel**

Ziel der hier vorliegenden Arbeit besteht darin herauszufinden, wie neuartige digitale Geschäftsmodelle aussehen, die unter anderem Big Data einsetzen, und wie diese funktionieren. In diesem Zusammenhang wird auf die Unterschiede zwischen digitalen und traditionellen Geschäftsmodellen eingegangen, sowie auf den Wandel, der die klassische Wertschöpfungskette im Zuge der digitalen Transformation durchläuft.

## **Vorgehen**

Aufbauend auf dem theoretischen Teil, welcher den Status quo der Literatur zur digitalen Transformation, Digitalisierung, Big Data und digitale Geschäftsmodelle zusammenfasst, wurden in der Empirie einschlägige, qualitative, narrative und problemzentrierte Experteninterviews geführt.

## **Erkenntnisse**

Die Ergebnisse der Literaturrecherche und Empirie werden in einer konsolidierenden Darstellung zusammengefasst, wobei als Haupteinflussdimension auf die Transformation vom klassischen hin zum digitalen Geschäftsmodell der Faktor Mensch und System beschrieben werden, resultierend in der Darstellung von wesentlichen Zukunftspotenzialen. Der Mensch spielt einerseits eine zentrale Rolle in Hinblick auf das Management, welches ein starkes Commitment hinsichtlich digitaler Geschäftsmodelle aufbringen muss und andererseits in der Rolle als Mitarbeiter der in den Organisationsentwicklungsprozess eingebunden werden muss, damit die neuen Prozesse im Zuge des Wandels akzeptiert und gelebt werden. Beginnend muss jedoch, nach einheitlicher Meinung der Experten, klar sein, warum und weshalb überhaupt „digitalisiert“ wird und welchen Mehrwert und Kundennutzen dadurch verfolgt wird, um zukünftig am Markt erfolgreich zu sein. Neben dem „weichen Faktor“ Mensch kommt der „System-Ebene“ bestehend, aus Prozessen, IT-Systemen und Daten eine wesentliche Bedeutung zu. Es ist die Rede von digitalen Geschäftsmodellen, basierend auf Echtzeitanalysen, die auf Big Data fussen und

dem Erfolgsfaktor einer Kombination aus Big Data und IoT zum Erhalt und langfristigen Ausbau der Wettbewerbsfähigkeit und Wertschöpfung. Eine erfolgreiche digitale Transformation von Geschäftsmodellen muss klar darauf fassen, inwiefern Unternehmen wirklich von der Digitalisierung betroffen sind und welchen „Trends“ langfristig gefolgt wird, denn die Digitalisierung ist nicht bzw. niemals Selbstzweck.