

FS Consulting Blog

By PwC Deutschland | 19.03.2024

Digitale Ökosysteme und Cloud - Teil 3: Ein strategischer Ansatz für den Weg in digitale Ökosysteme

Wie gelingt ein wertschöpfender Weg in digitale Ökosysteme?



Content

Jetzt Whitepaper herunterladen 4

Unternehmen besitzen und generieren tagtäglich eine Vielzahl an Daten, deren Nutzung ein immenses Potenzial birgt. Besonders digitale Ökosysteme können in der Breite und im Detail eine Masse an Daten erzeugen, insbesondere verhaltensbasierte Daten über die gesamte Customer Journey hinweg. Die Herausforderung und zugleich Chance für Finanzdienstleistungsunternehmen besteht darin, diese Daten strukturiert zu erheben, auszuwerten und sowohl für Kunden als auch für Ökosystem-Partner nutzbar zu machen. In unserem [zweiten Blogbeitrag](#) zum Thema digitale Ökosysteme haben wir aufgezeigt, welche Relevanz Big Data im Hinblick auf digitale Ökosysteme zukommt und, dass eine Cloud-Infrastruktur auf Grund ihrer Skalierbarkeit und Flexibilität für digitale Ökosysteme unumgänglich ist.

Wie gelingt ein wertschöpfender Weg in digitale Ökosysteme? Im letzten Artikel unserer dreiteiligen Blogserie zum Thema digitale Ökosysteme wollen wir darlegen, wie es Unternehmen durch einen MVP-Ansatz (Minimal Viable Product) gelingen kann, einen ersten Schritt in Richtung digitaler Ökosysteme zu gehen. Wir skizzieren in diesem Zusammenhang einen 8-Punkte-Plan, welcher die notwendigen Schritte für die erfolgreiche Umsetzung beinhaltet.

Unternehmen, die sich mit dem Thema digitale Ökosysteme auseinandersetzen, stehen oftmals vor der Frage, wie sie die ersten Schritte in Richtung digitaler Ökosysteme gehen können. Eine Möglichkeit bietet der sogenannte Minimal Viable Product- (MVP-) Ansatz. Bei einem MVP-Ansatz konzentriert man sich auf die Entwicklung der Kernfunktionen, die für ein Produkt oder eine Dienstleistung unerlässlich sind. Ein MVP enthält dabei aber nicht alle geplanten Funktionen oder das vollständige Design, sondern nur das Minimum, um den Kunden einen Mehrwert zu bieten und ihre Bedürfnisse zu erfüllen. Der MVP-Ansatz bietet vor allem auch die Möglichkeit, frühzeitig mit der Entwicklung zu beginnen, Feedback vom Markt zu erhalten und so in einem iterativen Prozess das Produkt oder die Dienstleistung kontinuierlich zu verbessern. Im Kontext digitaler Ökosysteme bedeutet dies, zügig in die Interaktion mit den Kunden zu kommen, also in den reellen Austausch von Gütern und Dienstleistungen, um basierend hierauf die Vorteile der Cloud und der Big Data-Analysen zu nutzen sowie das digitale Ökosystem entlang der Customer Journey Schritt für Schritt weiterzuentwickeln.

Das MVP mit seinem Use Case, seinen Angebotsaspekten und den damit eventuell einhergehenden ersten Schritten der IT-Transformation (Datenbanken, Anwendungen, Big-Data-Vorbereitungen) sollte nach der Fertigstellung als einzelnes Modul am Markt wirken können. Es ist so zu konzipieren, dass es zu bedeutenden Lerneffekten im Hinblick auf die Implementierung sowie auswertbaren Kundenverhalten basierend auf den gesammelten Daten kommt. Auf Grundlage dieser Erkenntnisse können dann weitere Module des digitalen Ökosystems realisiert werden. In diesem Prozess spielen Design Thinking, Lean Startup, ein agiles Vorgehen, Fail-Fast und das Nutzen der Feedbackschleife bei Interaktionen, Nutzer:innen, Umsatz und IT eine essenzielle Rolle, um eine kontinuierliche und zielgerichtete Weiterentwicklung verfolgen zu können. Zudem ist ein solches Vorgehen für mögliche Kooperationspartner mit ihren Produktangeboten von großer Attraktivität.

Damit die Entwicklung eines Minimal Viable Product, das die Grundlage des digitalen Ökosystems darstellt, gelingt, bedarf es eines strukturierten Ansatzes und einer intensiven Vorarbeit. Der folgende 8-Punkte-Plan,

der in einem umsetzungsfähigen Proof-of-Concept resultiert, zeigt auf, wie der Weg zu einem digitalen Ökosystem vor dem individuellen Unternehmenskontext gelingen kann:

1. Entwickeln einer Vision für die Teilnahme an einem digitalen Ökosystem
2. Erarbeiten einer Strategie
3. Anfertigen einer Marktanalyse
4. Ausarbeitung eines Business Case
5. Entwicklung eines Target Operating Model
6. Analyse der IT-Infrastruktur
7. Definition einer Roadmap zum MVP
8. Umsetzung eines Proof-of-Concept

In unserem Whitepaper beschreiben wir anhand eines praxisnahen Fallbeispiels, wie der MVP-Ökosystem-Ansatz erfolgreich umgesetzt werden kann. Konkret stellen wir den Aufbau eines digitalen Ökosystems in der Lebenswelt „Wohnen“ der im Finanzdienstleistungssektor beheimateten „Genossenschaftlichen Finanzgruppe“ gemeinsam mit ihren Kooperationspartnern und schlussendlich den Endkunden dar.

[Jetzt Whitepaper herunterladen](#)

Digitale Ökosysteme: Die Cloud als Enabler für das Geschäft von morgen –
Wie Finanzdienstleister den Sprung zu Ökosystemen nicht verpassen“

Digitale Ökosysteme bieten für Unternehmen der Finanzdienstleistungsbranche eine Vielzahl an Chancen, da sich für Finanzdienstleister so gut wie in jeder Lebenswelt eines Kunden die Möglichkeit bietet, ihre jeweiligen Produkte und Dienstleistungen in eine E2E-Customer-Journey zu integrieren und nicht nur funktional, sondern auch technisch optimal miteinander zu verbinden. Um als Unternehmen beim Thema der digitalen Ökosysteme mitwirken zu können, ist immer eine individuelle Herangehensweise erforderlich. Die Verfolgung eines MVP-Ansatzes ermöglicht eine schnelle Markteinführung sowie das frühe Erheben von Feedback, um das digitale Ökosystem kontinuierlich zu verbessern und zu erweitern. Der Aufbau oder die Teilnahme an digitalen Ökosystemen stellen ein wesentliches Transformationsvorhaben für Unternehmen dar, welches Auswirkungen auf die gesamte Organisation und in besonderem Maße auf die IT-Landschaft hat. Aus diesem Grund ist ein strukturiertes Vorgehen notwendig.

Lesen Sie auch die anderen Teile der Serie:

[Digitale Ökosysteme und Cloud - Teil 1](#)

[Digitale Ökosysteme und Cloud - Teil 2](#)

[Laufende Updates zum Thema erhalten Sie über das regulatorische Horizon Scanning in unserer Recherche-Applikation PwC Plus. Lesen Sie hier mehr über die Möglichkeiten und Angebote.](#)

[Zu weiteren PwC Blogs](#)

Keywords

Big Data, Cloud Computing, Datenanalyse, Digitalisierung

Attachments

[2024-02-27_Anhang_Whitepaper Digitale Ökosysteme und Cloud.pdf](#)
(2024-02-27_anhang_whitepaper_digitale___kosysteme_und_cloud.pdf)

Contact



Tomas Rederer

Frankfurt am Main

tomas.rederer@pwc.com