



Jeden Tag stehen wir in unserem Job vor Herausforderungen, müssen Probleme lösen und Entscheidungen treffen. Meist unter Zeitdruck und meist auf Basis dessen, wie wir es vorher gemacht haben. Andere Herangehensweisen und alternative Lösungen finden oft keine Beachtung, der berühmte Blick über den Tellerrand muss leider entfallen.

Wir lesen die bekannten Fachmedien, die uns schon seit Jahren begleiten. Neue Quellen kommen selten hinzu, wir spüren letztlich ja nicht, welche Informationen wir nicht haben, die vielleicht wichtig für uns wären. Und so fühlen sich auch unsere Branchenevents wie Klassentreffen an. Man kennt sich, man sieht sich jedes Jahr, Business as usual.

All das führt dazu, dass wir mit unserem Tunnelblick in unserer ganz eigenen, branchenspezifischen Filterblase gefangen sind. So lang das eigene Unternehmen in ruhigen Fahrwassern unterwegs ist und keinen Angriffen ausgesetzt ist, reicht es ja aus, mag man denken.

Seien wir ehrlich! Das reicht auch in ruhigen Zeiten nicht aus, will man sein Unternehmen langfristig erfolgreich am Markt positionieren. Die heute stattfindende Digitalisierung

unserer Arbeits- und Lebenswelten beschleunigt und verschärft die Anforderung, wirklich umfassend informiert zu sein. Es wird überlebenswichtig, nicht nur seine eigenen Märkte zu kennen, sondern auch Entwicklungen jenseits der eigenen Branche rechtzeitig zu identifizieren und zu bewerten.

Perspektive erweitern

Die Perspektive muss erweitert werden, denn mein Geschäftsmodell könnte von jemandem bedroht werden, den ich bisher gar nicht als Wettbewerber wahrgenommen habe, weil er zum Beispiel gar kein Teil meiner Branche ist.

So starteten im Oktober 2008 in einem Keller die beiden Gründer Robert Gentz und David Schneider zusammen mit dem Samwer-Inkubator Rocket Internet Zalando. Zunächst haben sie nur wenige Marken, bauen aber recht zügig aus. Viele aus der Branche prophezeiten, dass Zalando keinen Erfolg haben würde. Die Menschen würden Schuhe immer anprobieren wollen und niemals online kaufen. Außerdem sei der Markt doch ausreichend besetzt mit etablierten Händlern und die Kunden würden nicht wechseln. 2017 macht Zalando ca. 4,5 Milliarden Umsatz und gehört zu Europas größten Modehändlern.

Zwei Quereinsteigern, die noch nicht einmal einen Background im Handel hatten, gelang ein Bravourstück das deutlich zeigt, was die Digitalisierung bewirken kann. Denn sie senkt die Markteintrittsbarrieren, sodass junge, agile Unternehmen schnell einen Markt erobern können. Sie haben keine Altlasten, keine etablierten Prozesse, geringe Fixkosten und eine hohe Flexibilität. Sie sind die Speedboote, die den Tankern das Leben schwer machen.

Weitere Beispiele gefällig? MyTaxi, AirBnB, Uber, Dollar Shave Club, Spotify, Square usw. Diese Liste ließe sich noch fortführen.

Wenn ich also nicht weiß, von wo mein nächster Wettbewerber kommt, wie kann ich ihn dann erkennen? Es ist ganz einfach: Schaffen Sie sich einen 360°-Radar und scannen Sie relevante Entwicklungen! Okay, ganz so einfach ist es nicht, denn es kostet Zeit. Und diese müssen Sie sich nehmen!

Erweitern Sie Ihre Quellen

Überprüfen Sie, ob die Medien, die Sie heute lesen, Ihnen auch bei den Zukunftsthemen ausreichende und qualitativ hochwertige Informationen und Bewertungen von Entwicklungen bieten. Wenn nicht, weg damit!

Öffnen Sie Ihren Radar und probieren Sie verschiedene andere Quellen aus, ob Sie in Ihnen relevante Informationen finden. Insbesondere wenn Sie sich bei Medien umschaun, die nicht explizit für den Handel gemacht sind, werden Sie gezwungen sein, die Anwendbarkeit der Informationen auf Ihre eigenen Anforderungen zu überprüfen und die Information zu bewerten. Das kann sehr viel Spaß machen und stößt ungeahnte kreative Denkprozesse an.

Aber es gibt bestimmt auch weitere Branchenpublikationen, die Sie vielleicht nur noch nicht kennen. Gerade im Internet gibt es eine Unmenge von lesenswerten Blogs und Magazinen, die häufig von inspirierenden Fachleuten betrieben werden, die tiefe Einblicke verschaffen. Die Meisten haben eigene Newsletter, die man kostenfrei abonnieren kann.

Sie wollen nicht von so vielen verschiedenen Seiten Emails bekommen? Dann schauen Sie doch mal nach einem Feed Reader, der Ihnen gefallen könnte, z.B. [feedly](#) oder [Inoreader](#). Feed Reader erhalten neue Artikel über einen RSS Feed, den die Publikationen herausgeben. Sie können also an einer zentralen Stelle, in Ihrem Feed Reader, ganz unterschiedliche Quellen sammeln, ordnen und kompakt lesen. Beide erwähnten Feed Reader haben auch gute mobile Applikationen, so dass Sie auch unterwegs ganz bequem schmökern können.

Wenn Sie ZUKUNFT DES EINKAUFENS zu Ihrem Feed Reader hinzufügen möchten, dann [haben wir hier unseren Feed](#) für Sie.

Noch ein paar Empfehlungen aus meiner Leseliste gefällig? [Benedict Evans](#), [Netzöknom](#), [PaymentandBanking](#), [Amazon Watchblog](#), [Supermarktblog](#), [Future of Retail](#), [Kassenzone](#), [Gründerszene](#), [Cashys Blog](#). Es sind noch viele mehr und darüber hinaus nutze ich meine Social Media Kanäle, um relevante Informationen direkt aus meinen Netzwerken zu erhalten.

Lese ich wirklich jeden Artikel? Nein, niemals! Dafür würde ein ganzer Tag nicht reichen. Aber ich screene die Überschriften, was übrigens in einem Feed Reader ganz hervorragend funktioniert, und lese nur die Beiträge, die für mich relevant sind. Habe ich gerade keine Zeit oder Ruhe, werfe ich den Artikel in Pocket, wo ich ihn leichter wiederfinde und später lesen kann.

Gehen Sie auf andere Events

Anregungen, neue Perspektiven und Inspiration bekommt man häufig, wenn man seine Trampelpfade verlässt. Warum also nicht einmal auf ein ganz anderes Event gehen? Auf Barcamps hatte ich ja bereits hingewiesen. Und wir sammeln in unserem Kalender verschiedene Events, die für Sie interessant sein könnten.

Sprechen Sie mit anderen

Natürlich sind die Gespräche unerlässlich, wenn man seinen Horizont erweitern möchte. Dieser Austausch findet viel auf Konferenzen und Messen statt. Doch auch jenseits dessen gibt es verschiedene Gelegenheiten: After Work Meetings, Netzwerk Treffen, Twittwochs, Talks oder Meetups. Oder rufen Sie ein Treffen ins Leben und gestalten Sie den Dialog selbst.

Auch Workshops und Schulungen bieten viele Gelegenheiten, sich mit anderen auszutauschen und Impulse zu erhalten. Warum nicht einen regelmäßigen Round Table ins Leben rufen, an dem Sie Fachleute aus ganz unterschiedlichen Bereichen zusammen bringen und mit ihnen ausgewählte Themen diskutieren?

Fragen, die Sie sich stellen sollten

Wie groß sind meine blinden Flecken und wer oder was kann mir helfen, diese zu verkleinern?

Bin ich in der Lage, potenzielle Quereinsteiger oder relevante Technologien überhaupt rechtzeitig zu erkennen?

Habe ich das Instrumentarium, Newcomer oder neue Technologien einzuschätzen und zu bewerten?

Kann ich diese Erkenntnisse für mein Unternehmen sinnvoll und möglichst zeitnah nutzen?

Digitalisierung verändert die DNA der Unternehmen

Wie sehr die Digitalisierung die bekannten Strukturen, Prozesse, Herangehensweisen und Denkmuster von Unternehmen und ihren MitarbeiterInnen beeinflusst und verändert, möchten wir mit dieser siebenteiligen Serie zeigen:

Einleitung: Digitalisierung ist kein IT Projekt

1. (Markt-)Perspektive
2. Unternehmenskultur
3. Organisation
4. Planung
5. Angebot
6. Kommunikation
7. Menschen

Abschließend werden wir die Beiträge in einem Whitepaper zusammen fassen und zum kostenfreien Download in unserem Download-Bereich zur Verfügung stellen.

Beitragsbild: Horizont erweitern - Stock Photo - photoschmidt/Shutterstock