



Thema 2.1a: Sortimentsbezogenes Digitalisierungspotenzial

Damit Unternehmen individuell eruieren können, für welche Sortimente bei ihnen eine Investition in die Digitalisierung interessant ist, werden Wirtschaftlichkeit und Potenzial der jeweiligen Produktgruppen analysiert sowie die optimalen Digitalisierungsstufen ermittelt. Dann wird die Digitalstrategie überprüft bzw. erarbeitet. Dazu werden angewandte Methoden und Instrumente eingesetzt.

Arbeitsweise

Zu den vorgeschlagenen Aktivitäten sind zwei bis drei Workshops und individuelle Arbeiten im Zeitraum von Sommer 2023 bis Herbst 2024 vorgesehen. Am ersten Workshop ist eine Präzisierung und ggf. Anpassung des Themas mit den teilnehmenden Partnerunternehmen vorgesehen.

Projektseitig werden Unterstützungsinstrumente und Grundinformationen zum Thema vorbereitet und zur Verfügung gestellt. Für das Thema 2.1_1 ist vorgesehen, dass die teilnehmenden Partnerunternehmen die erarbeiteten oder zur Verfügung gestellten Instrumente und Empfehlungen für ihr Unternehmen anwenden. Die individuellen Resultate sind für den betriebsinternen Gebrauch und werden an den Workshops nicht besprochen.

Ziele	<ul style="list-style-type: none"> Die Teilnehmenden haben ihre Sortimente bzgl. Wirtschaftlichkeit und Marktpotenzial individuell mit Hilfe von zur Verfügung gestellten Instrumenten analysiert Das Optimierungspotenzial bzgl. Effizienz, Produkt- und Leistungsgestaltung durch die Digitalisierung ist je Sortiment ermittelt Auf Grund der Erkenntnisse haben die Teilnehmenden ihr künftiges Leistungsangebot überprüft und ggf. angepasst Eine entsprechende Digitalisierungsstrategie ist als Vorbereitung für künftige Schritte und Investitionen definiert Ein Zeithorizont von 2 –5 Jahren wird betrachtet
Arbeitsinhalte	<ul style="list-style-type: none"> Erarbeiten der Analyse-Instrumente sowie der Anwendungs- und Vorgehensempfehlungen Mit Hilfe dieser Instrumente individuelle Analyse der Sortimente bzgl. Wirtschaftlichkeit und Marktpotenzial Evaluieren von möglichen Effizienzsteigerungen durch die Digitalisierung sowie überprüfen von potenziellen Produkt- und Leistungsanpassungen Überprüfen bzw. erarbeiten der Digitalisierungsstrategie mit entsprechender Roadmap
Output	<ul style="list-style-type: none"> Individuelle Übersicht über die Entwicklungspotentiale je Sortiment durch die Digitalisierung Eine entsprechende Digitalisierungsstrategie Individuell gemäss Vorlagen dokumentierte Resultate der verschiedenen Schritte Vorlagen und Anwendungsempfehlungen auf Webplattform
Mitgliederprofil	<ul style="list-style-type: none"> Für Unternehmen, die die Vorteile der Digitalisierung für ihre strategische Entwicklung evaluieren und nutzen wollen

Kontaktpersonen

Norbert Winterberg, Leiter Institut für digitale Bau- und Holzwirtschaft
norbert.winterberg@bfh.ch | +41 32 344 17 74