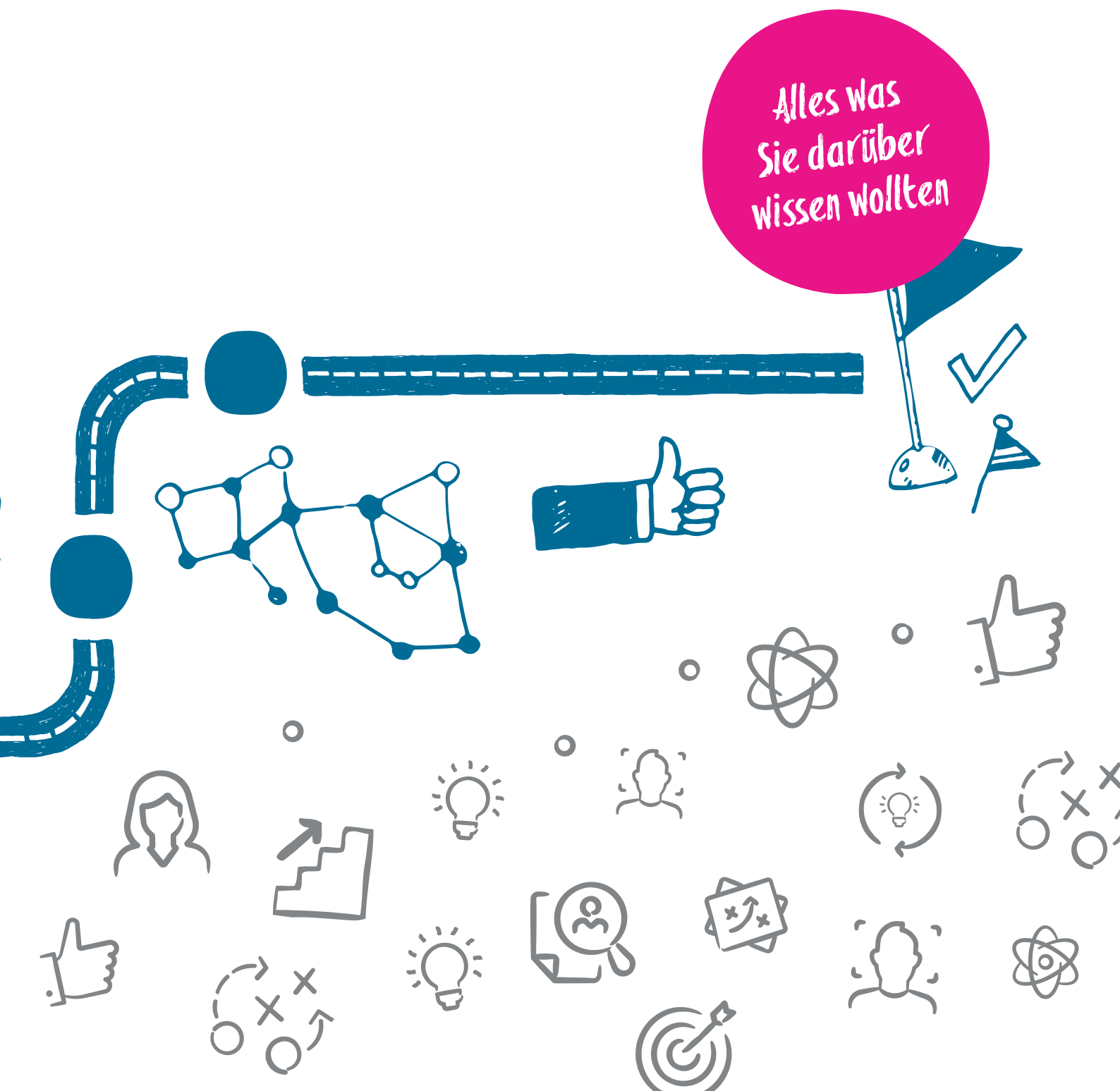


von Neuen

Digitale Transformation

Eine Roadmap für Ihre Digitale Veränderung.

Alles was
Sie darüber
wissen wollten



Inhaltsverzeichnis

1	Vorwort	Seite 1
2	Was heißt eigentlich Digitalisierung?	Seite 2 – 3
3	Digitale Roadmap: Definition	Seite 4
4	Welches Ziel verfolgt eine Roadmap für Digitale Transformation und was muss sie erfüllen?	Seite 5 – 6
5	Digitaler Reifegrad: Ist Ihr Unternehmen bereit für die Roadmap zur Digitalisierung?	Seite 7
6	Erfassung des individuellen Reifegrads Ihres Unternehmens	Seite 8 – 9
7	Entwicklung von Szenarien und Handlungsfeldern	Seite 10 – 11
8	Handlungsorientierte Maßnahmen zur Umsetzung von Meilensteinen	Seite 12 – 13
9	Kontakt	Seite 14

Liebe Leserinnen, lieber Leser,

Begriffe wie „**Digitales Zeitalter**“, „**Digitale Transformation**“, „**Digitale Innovationen**“ oder schlicht und einfach „**Digitalisierung**“ verfolgen uns auf Schritt und Tritt. Internet, Laptop, Smartphone und immer intelligentere Algorithmen von Suchmaschinen und sozialen Netzwerken ziehen uns sowohl beruflich als auch privat in die digitale Welt. Ob wir wollen oder nicht, das digitale Zeitalter hat unseren Alltag und unser Arbeitsleben nachhaltig verändert – und verändert sie immer weiter.



Viele Unternehmen sind durch den „**allmächtigen**“ digitalen Wandel verunsichert. Manche von ihnen verfallen in Aktionismus und versuchen jeden Trend sofort mitzugehen, andere in eine Starre:

„Das brauchen wir nicht, wir haben das immer schon so gemacht!“



Dabei gilt es, in der Zukunft zwischen „**besser**“ und „**richtig**“ deutlicher zu differenzieren. Was ist Spielerei, was ist eine echte Innovation, ein wahrer Fortschritt? Was braucht mein Unternehmen, um auch in fünf Jahren erfolgreich am Markt bestehen zu können? Wer sind meine Kunden und kann ich sie in meine Unternehmensprozesse integrieren?



Als Unternehmen sollten Sie im technologischen Entwicklungsprozess eine aktive Rolle des Menschlichen einnehmen, denn anders führt

der digitale Optimierungswahn in eine Sackgasse. Eine digitale Roadmap hilft Ihnen, einen **fundierten Handlungsplan für die digitale Zukunft** Ihres Unternehmens zu erarbeiten, ohne dabei das Menschliche aus den Augen zu verlieren: Ihre Kunden, Ihre Mitarbeiter, Ihre Unternehmenskultur. Hier hat Yuval Noah Harari recht:

„Der beste Schutz vor unserer Entmündigung durch Algorithmen, die uns besser kennen als wir uns selbst, besteht darin, uns selbst besser zu verstehen als jeder Algorithmus.“

Sofern Sie sich und Ihr Unternehmen in dieser Herausforderung wiederkennen, dann freue ich mich auf ein persönliches Gespräch mit Ihnen.

Prof. Wolfgang Hünnekens
Gründer und Geschäftsführer von Neuem GmbH

Was heißt eigentlich Digitalisierung?

Je mehr verschiedene Menschen man fragt, umso unterschiedlicher werden die Antworten:

- PDF-Dateien per E-Mail statt Briefe per Post verschicken
- Waren im Internet und nicht nur im Laden verkaufen
- ...oder Waren gleich selbst digitalisieren: Streaming und E-Books statt CDs und Büchern
- Ein Start-up gründen, das ein digitales Geschäftsmodell verfolgt
- Online- und Videochats statt Telefon-Hotline
- ...oder gleich mit einem künstlich intelligenten Bot chatten
- Sein ganzes Leben über das Smartphone organisieren
- Etwas ganz neues machen, das vor 25 Jahren nur in Träumen existiert hätte
- ...usw... und so fort...

Kurz & knapp:

Alle diese Aussagen stimmen, in ihrer ganz unterschiedlichen Tragweite. Die Digitalisierung kennt die **verschiedensten Ausprägungen**, von der kleinen Optimierung zur kompletten Neugestaltung des Geschäftsmodells. Um das ganze etwas systematischer zu betrachten, hilft das „**Drei-Horizonte-Modell**“:

So bekommt man eine klarere Vorstellung: einige Maßnahmen lassen sich **schnell** umsetzen, ohne unbedingt allzu große Auswirkungen nach sich zu ziehen.

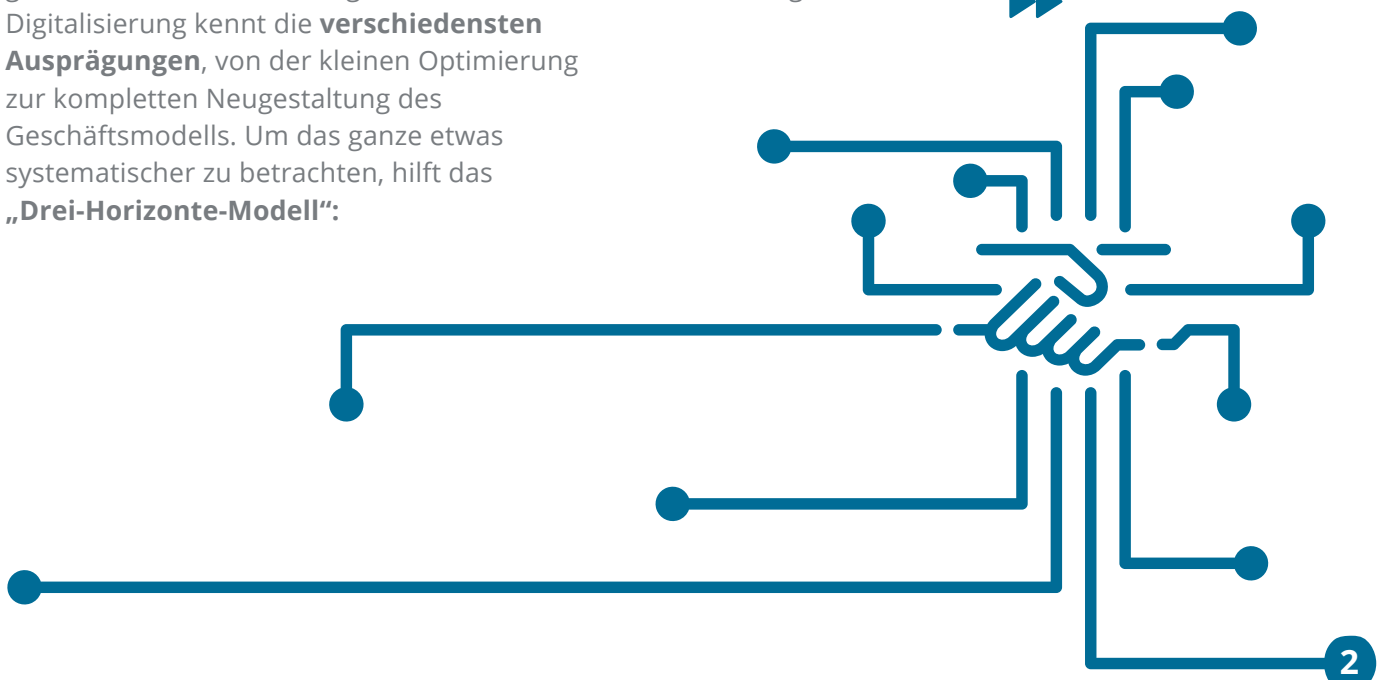
Horizont1:

Das kann genauso die Einführung von Programmen zur digitalen Zusammenarbeit sein wie erste Schritte im digitalen Marketing – ob in sozialen Netzwerken wie Facebook und Instagram oder auf Google. Oder eben der Verkauf von E-Books statt gedruckter Bücher.

Horizont2:

Im nächsten Schritt wird es etwas komplexer: ein Beispiel für die digitale Weiterentwicklung des Geschäftsmodells wäre das Angebot von Streaming statt des Verkaufs von CDs oder mp3-Dateien sein.

Noch einmal anspruchsvoller wird es in **Horizont 3**: hier geht es darum, sich möglicherweise vom bestehenden Geschäftsmodell zu lösen und etwas ganz Neues anzufangen, auf Basis der eigenen Stärken in Verbindung mit aktuellen Entwicklungen und Trends. ▶▶

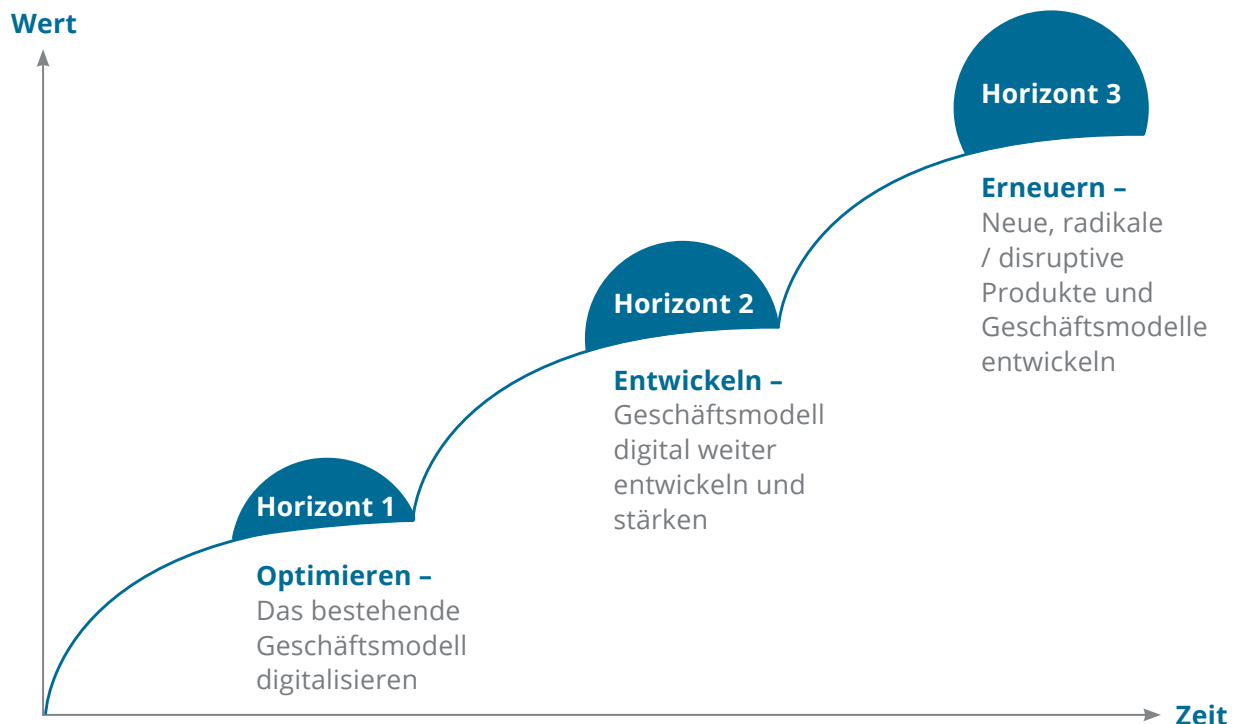
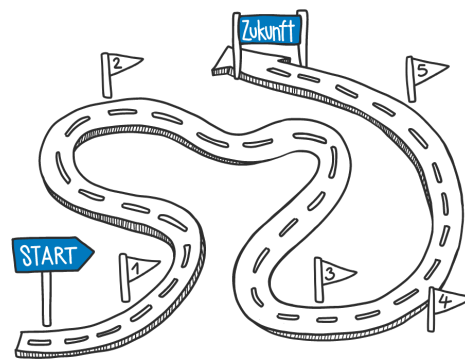




Die Digitalisierung können wir also in **drei verschiedenen Ebenen** betrachten:

1. Schnell zu erreichende Anpassungen mit Standardansätzen
2. Tiefergehende Weiterentwicklungen, die eine genaue Analyse des aktuellen Geschäftsmodells voraussetzen
3. Neues ausprobieren – einerseits gestützt durch Kenntnis der neuesten digitalen Trends und Marktentwicklungen, andererseits durch die Bereitschaft, auch ein Scheitern zuzulassen, oder flexibel umzusteuern

Auf dieser Basis können Sie Ihre eigene „Digitale Roadmap“ entwickeln – den für Ihr Unternehmen **individuellen** Fahrplan durch die Welt der Digitalisierung.



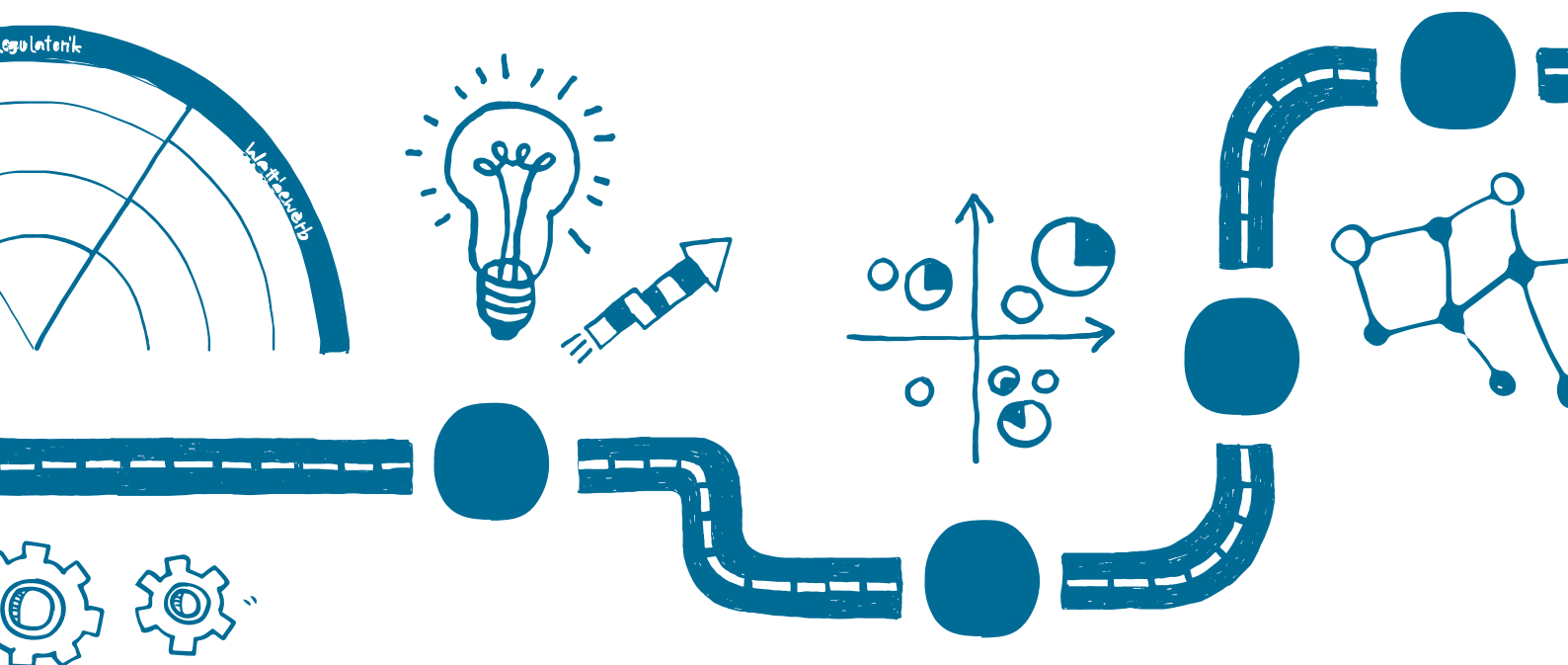
Digitale Roadmap: Definition

Eine digitale Roadmap ist ein **lückenloser, wissenschaftlich fundierter** und **agiler** Handlungsplan einer Organisation für die nächsten **drei bis fünf** Jahre. Somit können Unternehmen zielgerichtet **Schritt für Schritt** eine erfolgreiche Zukunft anstreben – und sind vorausschauend auf Änderungen am Markt vorbereitet.

Hinter dem Vorhaben, die digitale Transformation im Unternehmen voranzutreiben, stecken viele unterschiedliche Erwartungen. Dies hängt damit zusammen, dass im Unternehmen unterschiedliche Vorstellungen der Definition von digitaler Transformation existieren und eine Vielzahl von eigenständigen Projekten vorhanden sind. Einen **ganzheitlichen Blick** auf das Unternehmen ermöglicht die digitale Roadmap, da diese nicht von einer Abteilung erarbeitet wird, sondern von Menschen aus dem ganzen Unternehmen und somit in der Lage alle existierenden Vorstellungen und Erwartungen auf einen Nenner bringen kann. In einem sich ständig verändernden

Umfeld bringen starre Pläne kein Nutzen mehr. Eine digitale Roadmap sollte daher **flexibel** bleiben und fungiert als **Wegweiser** der schrittweisen digitalen Transformation der eigenen Ressourcen, Prozesse und Geschäftsmodelle. Sie lässt sich **kurz- bis mittelfristig** an sich ändernde Marktbedingungen anpassen und fordert das Unternehmen, sich wiederholend durch Lernzyklen zu bewegen: aus Fehlern und Erkenntnissen lernen, gestärkt seine Ziele ggf. neu anzupassen, um diesen Meilenstein für Meilenstein näher zu kommen.

Ohne einen **realistischen Handlungsplan**, wohin die digitale Strategie führt, läuft ein Unternehmen Gefahr, nicht nur unbedachte Investitionen zu tätigen, sondern auch Kunden und Mitarbeiter zu demotivieren. Im Idealfall werden bei der Erarbeitung der digitalen Roadmap **alle Interessensgruppen miteinbezogen**, in dem sie aktiv an der Gestaltung dieser mitwirken. Die wichtigste Interessengruppe sind natürlich Ihre Mitarbeitenden und Kunden!

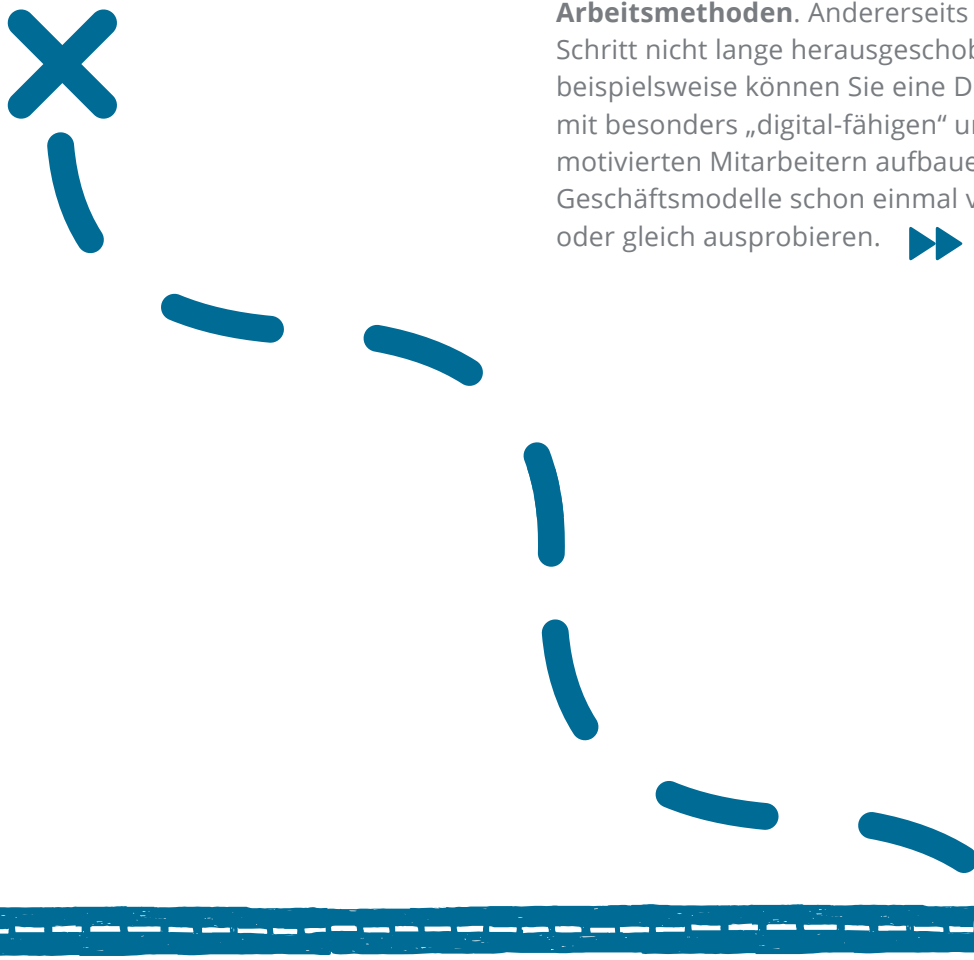


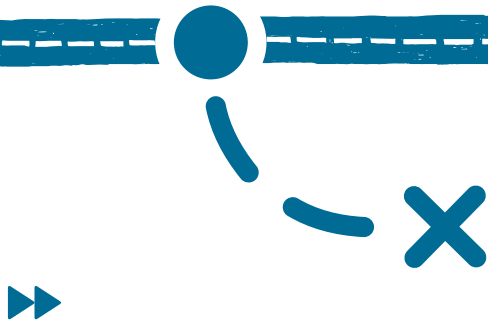
Welches Ziel verfolgt eine Roadmap für Digitale Transformation und was muss sie erfüllen?

Eine digitale Roadmap muss von Anfang an auf klaren **strategischen Zielen** basieren und wichtige Parameter der Leistungsmessung zur Erreichung der Ziele beinhalten. Nur so kann der Fortschritt einer digitalen Strategie gemessen werden. Sie erhält **erreichbare Meilensteine** und **Kontrollpunkte** zur Bewertung der erzielten Fortschritte: das Ziel bestimmt den Weg. Auf diesem Weg zum digitalen Unternehmen wissen Sie, worauf es bei der Umsetzung ankommt und wie der **Transformationsprozess** gelingt. Sie schaffen einen Überblick über die Leitplanken der Digitalisierung und erhalten einen **individuellen Plan** zur Etablierung der Strategie.

Der Roadmap der digitalen Transformation folgend gewinnt Ihr Unternehmen die benötigte **strukturelle** und **organisatorische Flexibilität**, um sich der Marktdynamik anzupassen. Schritt für Schritt lernen die Entscheider und „einfache“ Mitarbeiter*innen sämtlicher Bereiche innerhalb des Unternehmens, systematisch „digital“ zu denken und somit ihr Unternehmen neu zu denken und zu führen. **Wichtig zu wissen:** neue Geschäftsmodelle und Technologien müssen dabei nicht am Anfang stehen.

Viel wichtiger ist der Aufbau digitaler Expertise, Fähigkeiten und digitalen Know Hows im Unternehmen mit Hilfe von **innovativen Führungs-, Organisations- und Arbeitsmethoden**. Andererseits sollte dieser Schritt nicht lange herausgeschoben werden: beispielsweise können Sie eine Digitaleinheit mit besonders „digital-fähigen“ und motivierten Mitarbeitern aufbauen, die neue Geschäftsmodelle schon einmal vordenken – oder gleich ausprobieren. ▶▶

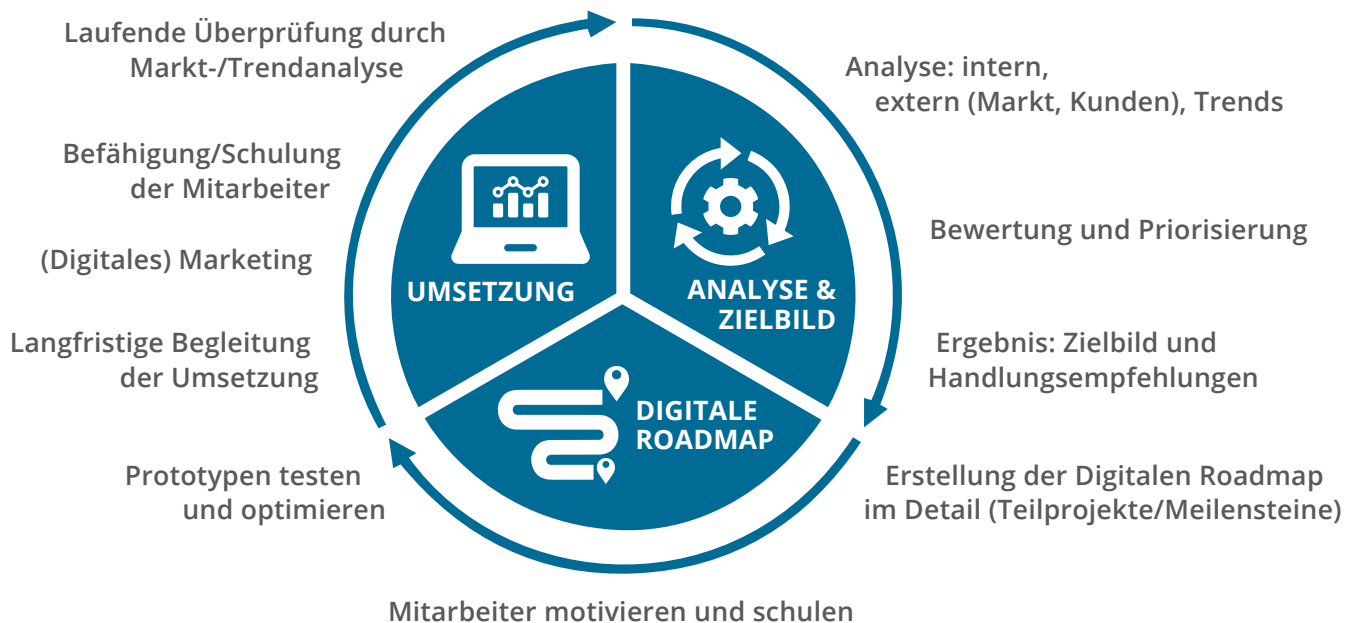




Digitale Unternehmen denken und handeln anders. Dies gilt für Unternehmen aller Größen der digitalen Wirtschaft und nicht nur für Google & Co. Vor allem kleinere Start-ups setzen auf neue Arten der Organisation, Führung und Arbeitsprozesse. Sie verzichten auf Formulierung langfristiger Ziele, sondern setzen auf **Vision, Mission** und **Werte** als zentrale Elemente ihres Handelns.

Ein elementarer Bestandteil der Roadmap ist die **Kundenzentrierung**. Die konsequente Einbeziehung des Kunden in alle Aktivitäten verändert das Denken und Handeln des Unternehmens grundlegend. Der Kunde wird erlebbar – es wird **nicht für sondern mit** ihm gearbeitet.

Digitale Transformation: Von der Analyse zur Erstellung der Digital Roadmap zur Umsetzung der Maßnahmen



Digitaler Reifegrad: Ist Ihr Unternehmen bereit für die Roadmap zur Digitalisierung?

Voraussetzung für die **digitale Transformation**, ist das Bewusstsein, sich in einen dauerhaften Prozess zu begeben. Die Zeit der Corona-Pandemie hat uns allen sehr deutlich vor Augen geführt, an welchem Punkt der Digitalisierung wir uns aktuell befinden und welches Ziel es anzustreben gilt. Es ist für alle Branchen essenziell eine **zukunfts- und wettbewerbsfähige Strategie** zu verfolgen, um sich am Markt weiterhin zu behaupten und schnell auf Veränderungen reagieren zu können. Dieser Erfolg kann und wird Unternehmen ausschließlich mit den Chancen und Möglichkeiten ihrer eigenen Digitalisierung gelingen und somit Teil des **digitalen Wandels** zu sein.

Wir haben gelernt, dass nur ein ganzheitlicher Ansatz zu einer erfolgreichen digitalen Transformation im Unternehmen führen kann. Denn nicht nur die einzelnen Abteilungen eines Unternehmens unterliegen Veränderungsprozessen. Die Aufgabe besteht darin, **neue Anforderungen** zu analysieren und klare Konzepte und Strategien zu entwickeln, in denen die Kompetenzen aller Abteilungen zentral gebündelt und sowohl interne als auch externe Entwicklungen betrachtet werden.

Wie alle Großprojekte fängt auch das Projekt „Digitale Transformation“ mit **der Sensibilisierung** für das Thema an. Um dies anzustoßen, empfehlen wir Ihnen, zum Einstieg ein einfaches Tool zur Messung des **digitalen Reifegrades** Ihres Unternehmens auszuprobieren. Dabei können Sie selbst anhand von mehreren Aussagen zu relevanten Themenfeldern den digitalen Reifegrad Ihres Unternehmens bewerten und erhalten so in wenigen Minuten erste wertvolle Erkenntnisse. Durch die ganzheitliche Betrachtung des Unternehmens bekommen Sie ein realistisches Bild und erhalten **erste Handlungsempfehlungen**, ohne große, wichtige Bereiche zu übersehen.

Das Tool zur Ermittlung des digitalen Reifegrades wurde gemeinsam mit dem **Institute of Electronic Business (IEB)**, einem An-Institut der Universität der Künste Berlin entwickelt. Das An-Institut spezialisiert sich auf die Erforschung des digitalen Wandels und leistet in enger Kooperation mit seinem universitären Partner-Netzwerk den Transfer von wissenschaftlichem Know-how aus der angewandten Forschung in die digitale Praxis. Das Tool steht allen **kostenlos** zur Verfügung und ist abrufbar unter: <https://vonneuem.de/digital-power-score/>



Erfassung des individuellen Reifegrads Ihres Unternehmens

Nun haben Sie mit Hilfe des Tools zur Ermittlung des digitalen Reifegrades Ihres Unternehmens, den ersten kleinen Schritt auf dem Weg zur Erarbeitung Ihrer **individuellen** Roadmap für digitale Transformation gemacht. Sie haben erfahren, in welchen Bereichen Ihre Organisation schon gut dasteht und wo es noch Verbesserungspotenzial gibt. Wer wissen will, wohin er möchte, muss als erstes herausfinden, wo er steht!

Der digitale Reifegrad beschreibt den „IST-Zustand“ des Unternehmens, der anhand von vordefinierten Kriterien festgelegt wird. Dieser Status Quo bildet eine **fundierte Grundlage**, um den „Soll-Zustand“ zu entwickeln. Während die Ermittlung des digitalen Reifegrades darin unterstützt, die **digitalen Stärken** und **Potenziale** von Unternehmensprozessen zu entdecken, hilft der definierte „Soll-Zustand“ bei der **Zielentwicklung** und der **Definition der Digitalisierungsvision**. Hierbei wird klar festgelegt, wie sich das Unternehmen in Bezug auf die digitale Transformation in der Zukunft aufstellen möchte. Doch bevor Sie eine umfassende Strategie für digitale Transformation Ihres Unternehmens erarbeiten können, sollten Sie Ihre aktuelle Situation systematisch analysieren und dokumentieren. Dabei gilt es, alle Bereiche des Unternehmens einzubeziehen:

📍 Strategie:

Klar definierte und formulierte Ziele, die dokumentiert sind. Dabei müssen sie spezifisch und messbar sein. Diese Ziele sollte man proaktiv in allen Organisationsentscheidungen vorantreiben.

📍 Mitarbeitende und Produktivität:

Hier sollten so viele Faktoren wie möglich erfasst werden, die in einer adäquaten Tiefe Auskunft darüber geben, wie flexibel, motiviert und wandlungswillig die Mitarbeitende sind. Alle diese Faktoren spiegeln die jeweilige Unternehmenskultur wider.

📍 Prozesse und Effizienz:

Die Funktionalität von Prozessen ist Basis jedes Unternehmens und auch des Fortschritts im Unternehmen. Jede Abteilung erfasst ihre Prozesse, meist unabhängig voneinander: gerade hier können grobe Abweichungen einen großen Aufschluss über Handlungsbedarf bezüglich der digitalen Transformation geben.





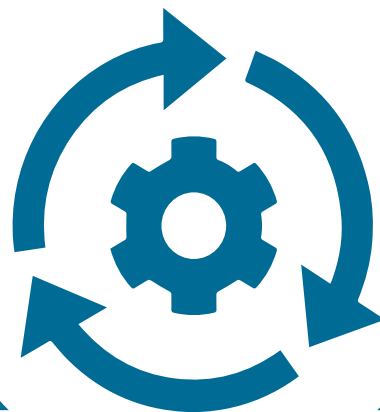
Kunden:

Wir haben festgestellt, dass Denken und Handeln eines Unternehmens sich ändern, wenn der Kunde **sichtbar** und **präsent** ist. Daher sollten IST- und SOLL-Kundenprofile zu Beginn erfasst werden und im Verlauf der Erarbeitung der digitalen Roadmap fest integriert werden.

Geschäftsmodelle:

Der Vergleich mit dem Wettbewerb (Produkte und Dienstleistungen) gibt Aufschluss über die Innovationskraft des Unternehmens. Solche Vergleiche können essenzielle Anknüpfungspunkte offenbaren, die später berücksichtigt werden müssen. Und: auch neue, sich entwickelnde Wettbewerber genau im Auge behalten: Start-ups, große Tech-Plattformen! Die Zeiten des Einfach-mal-ausprobierens gehen zu Ende. Allen Aktivitäten sollte eine detaillierte Markt- und Trendanalyse vorange-

hen, um nicht unnötig Zeit und zu verlieren. Eine strukturierte Erfassung kann durch die **Beantwortung spezifischer Fragebögen, Workshops** und **Fokusgruppen** erfolgen, und dient wie eingangs erwähnt, als Fundament für das Aufstellen der digitalen Roadmap. Um möglichst ein genaues Bild der Lage zu erhalten, ist es notwendig **alle Interessensgruppen** des Unternehmens: Mitarbeiter, Lieferanten, Kunden und Partner anzusprechen. Daraus ergeben sich aufschlussreiche Einblicke in individuelles Empfinden und somit wertvolle Anknüpfungspunkte für Optimierungspotenziale.



Entwicklung von Szenarien und Handlungsfeldern

Nach der Erhebung des **internen** und **externen** Status Quo erfolgt die Entwicklung eines Zielbildes in deren Verlauf drei Fragen zur Deckung gebracht werden:

📍 SOLLEN:

Was sollen wir erreichen? Was wünscht unsere Kundenbasis? Was ist möglicherweise gesellschaftlich erwünscht? Wo setzt der gesetzliche Rahmen seine Grenzen?

📍 KÖNNEN:

Was können wir erreichen? Wie weit reicht unser Potenzial?

📍 WOLLEN:

Was wollen wir erreichen? Was liegt im Interesse des Unternehmens, welche Werte werden berührt? Was würden unsere MitarbeiterInnen darüber denken?

Basierend auf Status Quo und Zielbild erfolgen eine Verdichtung der Themenfelder und das Treffen von Annahmen, um Handlungsfelder und mögliche Lösungsansätze zu erarbeiten. In diesem Schritt ist es wichtig, dass die Handlungsoptionen den in der Strategie gestellten Zielen dienen. Damit Sie die Lösungsansätze grob bewerten können, sollten Sie für jeden Ansatz ein Szenario entwickeln.

Wir als von Neuem bedienen uns hierfür der Sensitivitätsanalyse. Diese folgt einem kybernetischen Modell nach Frederic Vester:

„Das Verfahren ermöglicht eine systemische Erfassung der relevanten Einflussgrößen und die Bewertung ihrer Interdependenzen. Die Identifikation der wirksamen Stellhebel ermöglicht gezielte Steuerung und Planung. Mit der transparenten Simulation können die Wirkungen von entwickelten Maßnahmen mit ‚Wenn-Dann-Szenarien‘ überprüft werden.“

Diese Analyse hilft uns zu verstehen, welche Faktoren sich in welcher Weise aufeinander auswirken und welche Folgen dies nach sich zieht.

- 📍 Welche Reaktion kann man erwarten?
- 📍 Was passiert, wenn in diesen Ablauf eingegriffen wird oder sich eines dieser Elemente verändert? ▶▶





Mit Hilfe der Szenario-Entwicklung wird es möglich eine **aussagekräftige Einordnung** der Ideen vorzunehmen und diese im Anschluss nach ihren Vorteilen und dem damit verbundenen Aufwand zu bewerten. Nach diesen Kriterien können Sie in einem weiteren Schritt den Maßnahmenkatalog sinnvoll strukturieren. Fragestellungen wie:

- 📍 Wie können wir uns kurzfristig verbessern?
- 📍 Wie wollen wir uns langfristig aufstellen?
- 📍 Welche Potenziale bieten einen geringen Mehrwert?
- 📍 Welche Maßnahmen erfordern hohe Investitionen?
- 📍 Welche Szenarien binden zu viel Ressourcen?

Wir helfen Ihnen dabei, eine gezielte Zuordnung und Betrachtung der Szenarien vorzunehmen und die Frage nach dem „Wo wollen wir hin?“ in Ihrer Digitalisierungsvision zu verankern.

Sind die Handlungsfelder **identifiziert** und **bewertet**, können Sie mit der Planung der Umsetzung der ermittelten **Handlungsmaßnahmen** und **langfristigen Lösungen** beginnen. Insbesondere für längerfristige Projekte sollten Maßnahmen und Auswirkungen genauer betrachtet werden, um diese in Ihrem Fahrplan für die nächsten **drei bis fünf Jahre** zeitlich angemessen einordnen zu können.



Handlungsorientierte Maßnahmen zur Umsetzung von Meilensteinen

Ihre individuelle Roadmap für die digitale Transformation nimmt Formen an. Sie deckt nun alle **relevanten** Unternehmensbereiche ab, bietet ein klares Gerüst, um **Handlungsfelder** zu erschließen, eine **Digitalisierungsvision** unternehmensweit auszurollen und zu verankern. Jetzt muss ein **zeitlicher Rahmen** – nicht nur für langfristige Projekte, sondern auch kurzfristige Zielvorhaben – festgelegt werden, damit alle Aktivitäten zentral koordiniert werden können. Eine Möglichkeit, die Meilensteine für die Umsetzung der vorgenommenen Maßnahmen abzuleiten ist die OKR-Methode.

Die **OKR-Methode** ist eine Management-Methode, mit der Google erfolgreich wurde. Dabei stehen die Buchstaben O für Objectives (Ziele) und KR für Key Results (Schlüsselergebnisse). Sie bewirkt, dass die Mitarbeiter eines Unternehmens anfangen, sich über Auswirkungen und Ziele ihrer Maßnahmen Gedanken zu machen. **Achtung:** bei dieser Methode ist Kontinuität gefragt! Sie erfordert ein hohes Maß an Disziplin und Transparenz, zu denen jeder immer wieder bereit sein muss, um den maximalen Nutzen daraus zu schöpfen.

Sind die **Teilprojekte** – die Meilensteine der digitalen Roadmap – festgelegt, werden sie mit einem Set an Zielen und Leistungskennzahl (z. B. OKR) versehen und direkt in der Praxis getestet. Bei kundenorientierten Projekten wäre dieser Testbereich der Markt, bei internen Projekten entsprechend die „internen Kunden“, also Ihre Mitarbeiter bzw. Partner. ▶▶





So entsteht eine Umsetzung der Digitalisierungsstrategie **in kurzen Zyklen**, die das Risiko ungünstiger strategischer Entscheidungen und unnötiger Ausgaben in komplexe digitale Projekte reduziert. Diese kürzeren Zeiträume helfen Ihnen dabei, sich auf das Denken und Handeln **zu fokussieren**. Werden erste Erkenntnisse in einem Zeithorizont von bis zu 12 Monaten am Markt gewonnen und ausgewertet, können diese neue **strategische** und **taktische** Entscheidungen und Handlungen auslösen. Somit bleibt Ihre digitale Roadmap immer **flexibel** und **anpassbar**.

Nichts ist beständiger als der Wandel. Die digitale Roadmap ist Ihr Pfadfinder in diesem digitalen Wandel, welcher Ihre Strategien ausrichtet und die Leitplanken für Ihre Digitalisierungsvision vorgibt. Die daraus abgeleiteten Maßnahmen sollten aus Kundensicht hergeleitet, konzipiert und umgesetzt werden. Die Validierung dieser Maßnahmen erfolgt am Markt und entscheidet, ob umfangreiche Anpassungen und Ergänzungen notwendig sind. Und **das Wichtigste zum Schluss**: es reicht nicht, einmalig eine Roadmap für die digitale Transformation zu erstellen. Sie muss **kontinuierlich aktualisiert** und **angepasst** werden. Bringen Sie also ein langes Durchhaltevermögen mit. Wir hoffen, dass wir Ihnen mit unserem Whitepaper helfen konnten und wünschen viel Erfolg bei der Umsetzung!



KONTAKT

Haben wir Ihr Interesse geweckt?

Vereinbaren Sie einen unverbindlichen Präsenz oder Digital Termin, um den Erfolg Ihrer Digitalen Transformation gemeinsam zu besprechen.



Ihr Ansprechpartner:

Prof. Wolfgang Hünnekens

Geschäftsführer von Neuem GmbH

wolfgang.huennekens@vonneuem.de

+49 30 814 88 500

Über von Neuem

Die von Neuem GmbH mit Sitz in Berlin ist die führende wissenschaftliche Unternehmensberatung für Digitale Transformation im deutschsprachigen Raum. Das sind unsere Versprechen an Sie:



Wir liefern bessere Ergebnisse durch wissenschaftliche Methoden

Wir machen unsere Kunden erfolgreicher durch wissenschaftlich fundierte Beratungsprodukte, gelebte Kooperationen mit Forschungseinrichtungen und ein akademisch exzellentes Team.



Die Kundenperspektive ist immer unser Maßstab

Wir verfolgen eine radikale Kundenzentrierung. Ob unser Kunde oder der Kunde unseres Kunden: Der Mensch steht immer im Mittelpunkt und wir versetzen uns in ihn hinein.



Großes schaffen wir durch gemeinsame Anstrengung

Wir lieben die kooperative und vertrauensvolle Zusammenarbeit mit unseren Kunden: Dafür sind wir ein inhabergeführtes Beratungshaus mit authentischen Menschen, die gerne kommunizieren.

Erfahren Sie mehr:

 www.vonneuem.de

 [linkedin.com/company/von-neuem](https://www.linkedin.com/company/von-neuem)

Stand: 06. September 2021