

Alleinstellungsmerkmale des MITO-Businessmodells

PROF. BINNER
AKADEMIE
www.pbaka.de

1. Einleitung

In letzten 30 Jahren lag der Schwerpunkt der Ableitung von Geschäfts- und Wettbewerbsstrategien zur nachhaltigen Unternehmensentwicklung auf der Platzierung der hergestellten Produkte und Dienstleistungen mit der Zuordnung in den erfolgsträchtigen Marktsegmenten in Bezug auf Marktanteil und Marktwachstum, in der Regel unter Beachtung oder Einbezug der Konkurrenzsituation.

In den letzten Jahren hat sich ein Wandel der Betrachtungsweise vollzogen. Unter der Bezeichnung "Businessmodell-Transformation" steht jetzt der Kunde im Fokus, der innerhalb der unternehmensspezifischen end-to-end-Wertschöpfungskette optimal bedient werden muss. Aus strategischer Sicht sind innerhalb dieser Wertschöpfungskette eine große Anzahl von Geschäftsinnovationen nötig, um sich gegenüber der Konkurrenz zu differenzieren und den Kunden an sich zu binden. Hierbei spielt zurzeit die Digitalisierung eine große Rolle. Zur optimalen Gestaltung des Changemanagementprozesses zur Entwicklung und Optimierung eines digitalen Businessmodells bieten die MITO-Businessmodell-Strukturen für den Einsatz des MITO-Methoden-Tools mit vielen praktischen Anwendungen innerhalb der 7 MITO-Businessmodell-Segmente eine wesentliche Unterstützung.

Die MITO-Businessmodell-Struktur unterscheidet sich wesentlich von anderen bekannten Businessmodell-Beschreibungen wie z. B. das Canvas-Modell von Pigneur und Osterwalder oder vom St. Galler Navigator-Konzept von Gassmann. Diese Modelle besitzen keine vorgeschriebene Reihenfolge für die Abarbeitung der Kernfragen, das Regelkreis-Prinzip wird nicht beachtet, die Suche nach dem Purpose (Sinnhaftigkeit) wird nicht unterstützt. Ebenso wird der in allen integrierten Managementsystemen (IMS) geforderte prozessorientierte Ansatz ebenso wie die Ist-High Level Structure in Gegensatz zu den Inhalten des hier vorgestellten MITO-Businessmodells nicht beachtet. Weiter wird keine methodengestützte Hilfestellung in Form eines Methoden-Tools zur Beantwortung der 7 W-Grundfragen gegeben, detaillierte Umsetzungshilfen fehlen völlig.

Die nachfolgend genannten Alleinstellungsmerkmale des MITO-Businessmodells mit den 5 MITO-Modellsegmenten „Führung, Input, Transformation, Output, Leitung“ sowie dem vorgelagerten Partner- und nachgelagerten Kundensegment sowie dem integrierten Prozessebenenmodell sind die Grundlage für die Konzeption der Prozessorganisation mit Vorgabe des unternehmensspezifischen Prozessmodells mit Führungs-, Input, Transformations-, Output- und Leitungs-(Controlling)prozessen ebenso wie für die Implementierung des Ziel-, Führungs- und Leitungssystems. Dazu gehören bezogen dieser Modellstrukturen weitere Gestaltungsaktivitäten mit der Erarbeitung der Planungs- und Steuerungsvorgaben in Form von Soll-Daten, den Konzepten zur Prozessoptimierung und Digitalisierung sowie rückgabeseitig den erforderlichen Integrierten Managementsystem(IMS)-Nachweisen. Sie unterstützen zusammen die notwendigen Transformationen für eine erfolgreiche und nachhaltige Businessmodellentwicklung.

Die nachfolgend beschriebenen MITO-Organisation 4.0-Lösungsansätze für die digitale Businessmodell-Transformation sind durch die in Abbildung 1 gezeigten Alleinstellungsmerkmale gekennzeichnet.

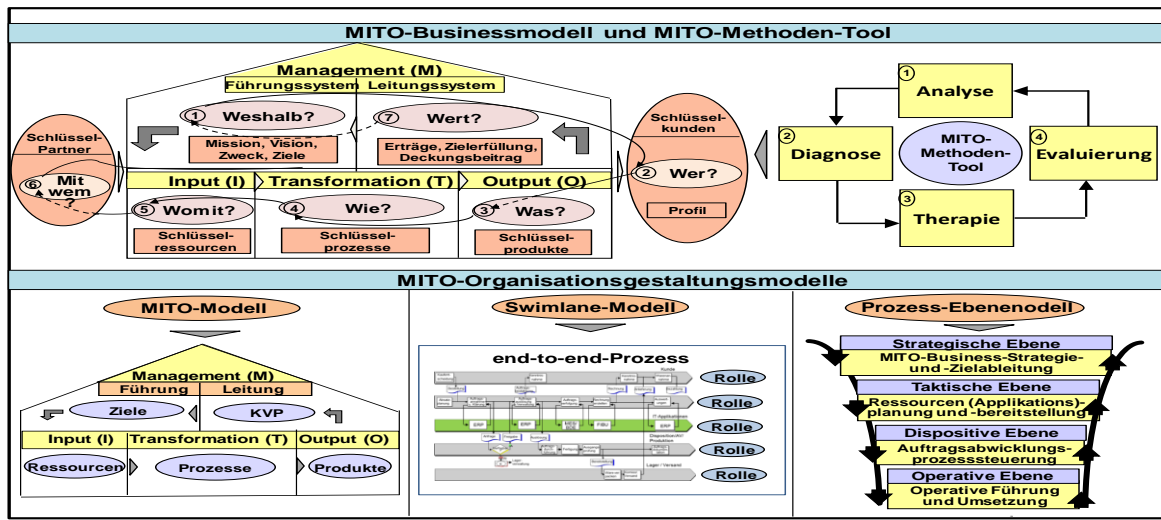


Abbildung 1: Modellinhalte des MITO-Businessmodells

1.1 MITO-Businessmodell

Das MITO-Businessmodell mit seinen 5 MITO-Modellsegmenten „Führung, Input, Transformation, Output“ gemeinsam mit dem vorgelagerten Partner- und nachgelagerten Kundensegment sowie dem integrierten Prozessebenenmodell gibt die Struktur für die Einführung einer prozessorientierten Organisation vor, die auf der Kunden ausgerichtet ist (Organisationale Transformation) und ermöglicht auf diese Weise eine outputorientierte Unternehmenssteuerung.

1.2 Changemanagementprozess-Strukturvorgaben

Übergeordnet beschreibt das MITO-Businessmodell die Geschäftstätigkeit des Unternehmens in Form eines betrieblichen Regelkreises und bildet dabei gleichzeitig den in allen Managementsystemnormen geforderten prozessorientierten Ansatz mit

1. Prozesse gestalten im MITO-Führungssegment
2. Prozesse planen im MITO-Inputsegment
3. Prozesse durchführen im MITO-Transformationssegment
4. Prozesse messen im MITO-Outputsegment
5. Prozesse verbessern im MITO-Leitungssegment

Die zu beantworteten 7 W-Grundfragen in der vorgegebenen Reihenfolge für die Entwicklung und Umsetzung des MITO-Businessmodells sind der Ausgangspunkt für einen strukturierten Changemanagementprozess zur ganzheitlichen digitalen Businessmodell-Transformation.

1.3 Prozessebenen-Modell mit Swimlane-Prozessdarstellung

Das Prozessebenenmodell innerhalb des MITO-Businessmodells strukturiert durchgängig über 4 Prozesshierarchieebenen. „end-to-end-Prozess, Kernprozess, Teilprozesse, Arbeitssystemprozess“ das zu implementierte Ziel-, Führungs- und Leitungssystem mit dem dazugehörigen Kennzahlenmanagement für die kulturelle Transformation mit den dazugehörigen Führungs- und Controllinginstrumenten. Die Prozesse selber sind nach dem weltweit gültigen Prozessvisualisierungsstandard BPMN 2.0 in der Swimlane-Darstellung rollenbasiert abgebildet.

1.4 MITO-Methoden-Tool

Das MITO-Methode-Tool stellt für den übergreifenden Problemlösungszyklus „Analyse, Diagnose, Therapie, Evaluierung“ die miteinander verknüpften Management-, KVP-, QM- und Kreativitätsmethoden bereit, um mit der Unterstützung vorgegebener Portfoliochecklisten vielfältig Businessmodell-Gestaltungsaufgaben einfach und schnell zu lösen.

Wir freuen uns auf Ihre Kontaktaufnahme. Weitere Informationen dazu finden Sie unter www.pbaka.de

PROF. BINNER AKADEMIE GmbH

Berliner Str. 29, 30966 Hemmingen,

Telefon (0511) 84 86 48-12, Telefax (0511) 84 86 48-19,

eMail: info@pbaka.de, Internet: www.prof-binner-akademie.de