



Market Intelligence

Konsortial-Benchmarking

Start:
18. Februar 2020

Complexity
Management Academy

WZL | **RWTH AACHEN**
UNIVERSITY

Vorwort

Wie werden aktuelle Produkte vom Kunden genutzt und welche Anforderungen ergeben sich daraus für die nächsten Produktgenerationen? Welche Wettbewerbsprodukte oder technologischen Disruptionen gefährden die Aktivitäten des Unternehmens? Mit welchen Lieferanten und Partnern können nachhaltig technologische Vorsprünge realisiert werden?

Mehr denn je sind dies zentrale Fragestellungen im Innovations- und Produktmanagement produzierender Unternehmen. Ein aktuelles und ganzheitliches Verständnis über sämtliche Bereiche des Marktes ist daher von maßgeblicher Bedeutung für den Erfolg strategischer Entscheidungen. Vor diesem Hintergrund birgt der Aufbau einer Market Intelligence durch eine wachsende Datenverfügbarkeit und neuartige Analysemöglichkeiten vielversprechende Potenziale, aber auch Herausforderungen. Diese bestehen in der Praxis insbesondere darin, geeignete Informationsquellen zu identifizieren, heterogene Daten durch ausgewählte Methoden und klar definierte Rollen zu analysieren und Erkenntnisse strukturiert in Entscheidungsprozesse zurückzuführen.

Der Anspruch des Konsortial-Benchmarkings „Market Intelligence“ besteht darin, Antworten auf zentrale Fragestellungen als Input für eine Implementierung in Ihrem Unternehmen zu finden:

- Welche **Informationen** können für den Aufbau einer Market Intelligence genutzt werden?
- Welche **Entscheidungen und Anwendungen** in Ihrem Unternehmen können durch eine Market Intelligence unterstützt werden?
- Welche **organisatorischen Voraussetzungen** müssen in Ihrem Unternehmen zur Implementierung einer Market Intelligence geschaffen werden?
- Mit welchen **Methoden und Tools** können aufgenommene Informationen in strategisch relevantes Wissen überführt werden?

Wir laden Sie herzlich ein, Teil des Projekts zu werden. Diskutieren Sie mit uns und mit anderen Experten Ihre Fragestellungen und lassen Sie uns gemeinsam Lösungsansätze für Ihr Unternehmen finden.

Mit den besten Grüßen




Prof. Dr. Günther Schuh
Direktor des Lehrstuhls für Produktionssystematik am
Werkzeugmaschinenlabor WZL der RWTH Aachen




Dr. Stephan Krumm
Geschäftsführer der Complexity Management Academy

Zum Thema

Bereits in den 1980er Jahren erkannte Michael E. Porter die Potenziale systematischer Marktanalysen als Basis für unternehmensstrategische Entscheidungen. Sein bekanntes Fünf-Kräfte-Modell beleuchtet den brancheninternen Wettbewerb sowie Einflüsse durch Wettbewerber, Lieferanten, Abnehmer und Ersatzprodukte. Die Gesamtheit und die Ausprägung dieser Faktoren bestimmt die Struktur des Marktes und beeinflusst das strategische Verhalten der Marktteilnehmer.

Das Fünf-Kräfte-Modell bietet daher eine ganzheitliche Beschreibung des Betrachtungsbereichs, der mit einer umfassenden Market Intelligence adressiert werden muss. Liegen Unternehmen zu allen Kräften des Marktmodells jederzeit aktuelle und korrekte Informationen vor, so sind die notwendigen Voraussetzungen erfüllt, um eine erfolgreiche strategische Positionierung der eigenen Produkte und Innovationen am Markt vornehmen zu können.

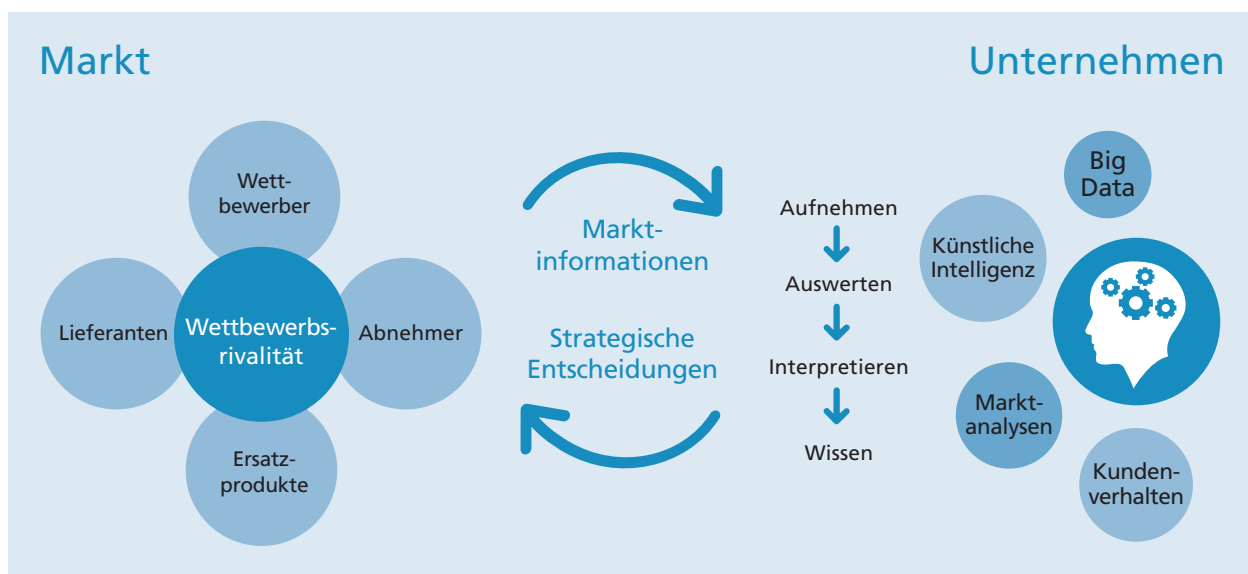
Die zunehmende digitale Vernetzung von Produkten, Prozessen und Anwendern durch Initiativen wie Industrie 4.0 erzeugt heute datenbasierte Informationen entlang der gesamten Wertschöpfungskette und in allen Phasen des Produktlebenszyklus. Die rasant wachsenden Datenmengen, die daraus entstehen, können durch IT-Lösungen immer gezielter

ausgewertet werden. Anwendungen der künstlichen Intelligenz, wie Machine Learning befähigen Unternehmen inzwischen dazu, Erkenntnisse auch aus unstrukturierten Daten zu generieren, die einen großen Anteil der Datenmassen heutzutage darstellen.

Zusammengefasst wird dies unter dem Begriff der Market Intelligence. Die Market Intelligence umfasst im Rahmen des Konsortial-Benchmarkings eine Vielzahl von **Methoden und Tools**, welche die **Aufnahme, Auswertung und Interpretation** von Informationen aus den oben genannten Wettbewerbskräften und ihre Überführung in verwendbares **Wissen** realisieren.

Unternehmen haben bereits vereinzelt die Potenziale einer Market Intelligence erschlossen. Eine ganzheitliche Betrachtung des Marktes sowie eine fundierte organisatorische und technologische Verankerung im Unternehmen erweist sich mitunter nach wie vor als herausfordernd.

Gemeinsam mit einem Industriekonsortium führender Unternehmen aus verschiedenen Branchen möchten wir am **18. Februar 2020** unser Benchmarking starten und diejenigen Successful-Practices identifizieren, die eine erfolgreiche Anwendung von Market Intelligence realisieren.



Unsere Zielsetzung

Unser Konsortial-Benchmarking Market Intelligence hat den Anspruch, Erfolgsfaktoren der Implementierung und Anwendung von Market Intelligence zu identifizieren. Lernen Sie die **Successful-Practices** kennen: Innovative Strategien, Konzepte und Methoden der erfolgreichsten Unternehmen in der Anwendung von Market Intelligence. Mit ausgewählten **Benchmarking-Partnern und Teilnehmern des Konsortiums** diskutieren Sie im direkten Gespräch, warum gerade das vorliegende Implementierungskonzept zum Unternehmenserfolg führt und welche technologischen und organisatorischen Herausforderungen zu berücksichtigen sind. Während des gesamten Projekts erhalten Sie einen breiten und detaillierten Einblick in die praxiserprobten Anwendungen von Market Intelligence in produzierenden Unternehmen.

Zu Beginn des Benchmarkings werden gemeinsam mit Ihnen Schwerpunkte in den definierten Themenkomplexen erarbeitet. Dabei stehen die **Aufnahme und Analyse** von Informationen verschiedenster marktseitiger Quellen sowie die Überführung in **intelligente, strategische Entscheidungen** im Vordergrund. Des Weiteren sind die **technologischen und organisatorischen Voraussetzungen** im Unternehmen und Unternehmensumfeld spannende und gleichzeitig herausfordernde Aspekte, die wir gerne mit Ihnen betrachten möchten. Nachfolgend finden Sie den Ordnungsrahmen des Konsortial-Benchmarkings, an dessen Ausgestaltung Sie als Konsortialpartner aktiv mitwirken können.



Unsere Vorgehensweise

Konsortial-Benchmarking - der effizienteste Weg, externes Wissen in das eigene Unternehmen zu integrieren. Unser Ansatz ist international bewährt und stellt rasche und zielgerichtete Projektergebnisse sicher. Als Konsortialpartner erhalten Sie die Möglichkeit, das **Projekt aktiv mitzugestalten**, die Projektergebnisse intensiv zu diskutieren sowie an **mindestens fünf Besuchen der Successful-Practice-Unternehmen vor Ort** teilzunehmen. Gemeinsam werden zu Beginn die Schwerpunktthemen definiert, für die Erfolgsmuster aus der Praxis zu identifizieren sind. Zu jedem der Schwerpunktthemen erfolgt der Besuch eines Successful-Practice-Unternehmens, um die Konzepte vor Ort zu erleben und die Erfolgsfaktoren kennenzulernen. Im Rahmen der feierlichen Abschlusskonferenz werden die Gewinner des Benchmarkings gekürt und das **Networking im Expertenkreis** wird gefördert.

Zeitplan und Ablauf

Das Benchmarking-Projekt ist auf ca. 9 Monate ausgelegt und beinhaltet neben den Treffen des Konsortiums die Besuche bei den Successful-Practice-Unternehmen.

1. Kick-off-Meeting (18. Februar 2020)

- Bildung des Konsortiums
- Definition der Themenschwerpunkte und Ziele
- Festlegung von Kriterien für Successful-Practices

2. Screening

- Identifikation potenzieller Benchmarking-Partner
- Durchführung der Befragung
- Erstellung des Zwischenberichts

3. Review-Meeting

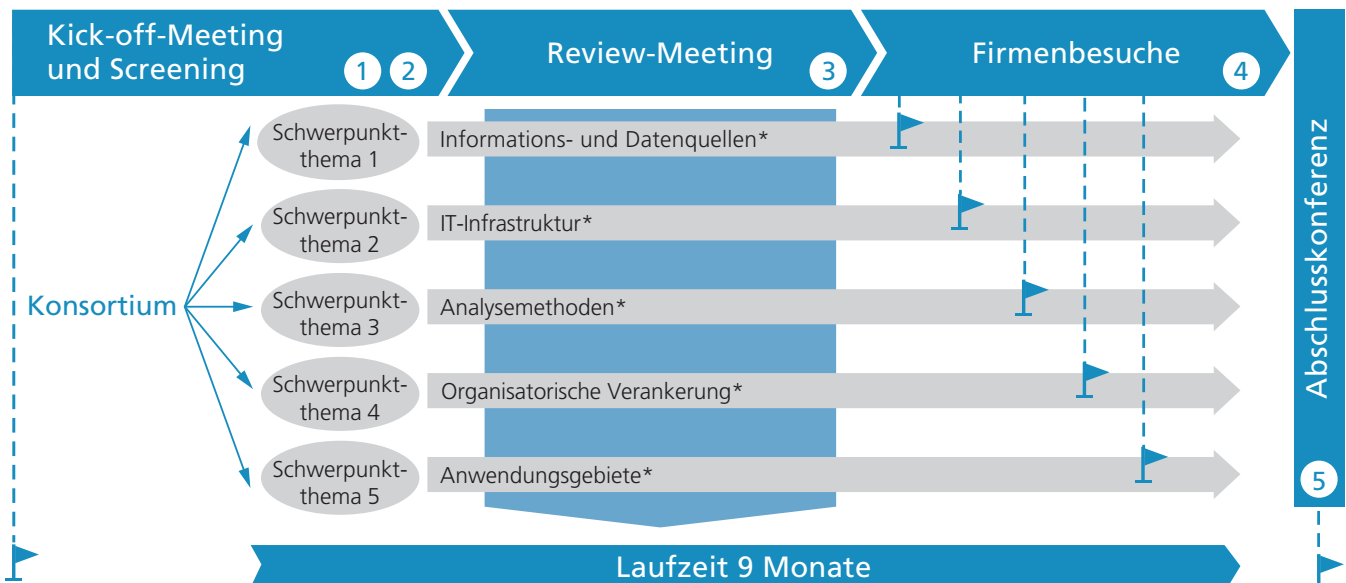
- Diskussion der Screening-Resultate
- Auswahl von Successful-Practice-Unternehmen
- Vorbereitung der Firmenbesuche

4. Firmenbesuche

- Besuche von fünf erfolgreichen Unternehmen
- Auswertung und Analyse der Firmenbesuche
- Ableitung von Erfolgsfaktoren

5. Abschlusskonferenz

- Diskussion der Projektergebnisse
- Austausch von Erfahrungen im Projekt
- Networking



*Beispielhafte Themenschwerpunkte

Ihr Nutzen und Aufwand

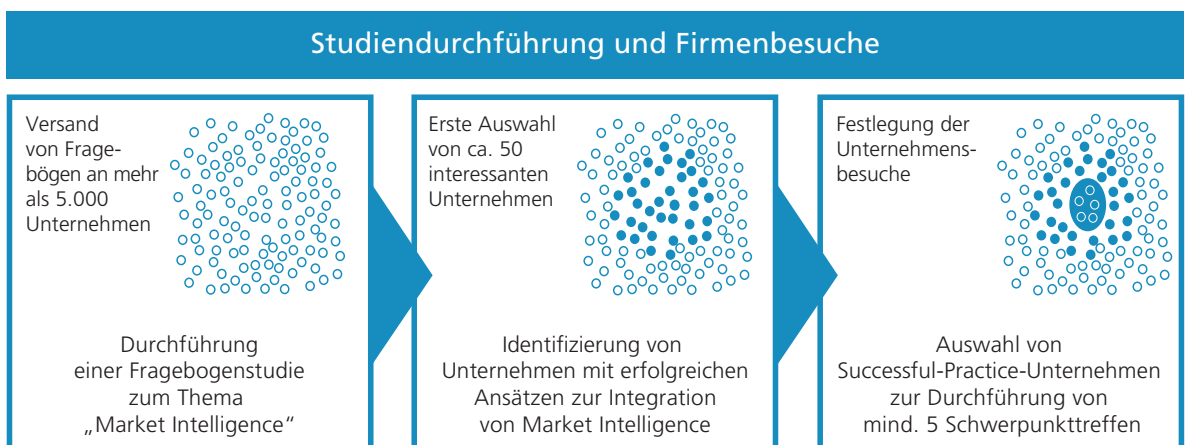
Ihr Nutzen

Unser Konsortial-Benchmarking bietet Ihnen die Chance, von den Besten zu lernen, um Ihre eigenen Herausforderungen zu lösen und Lösungswege zu realisieren. Dabei legen Sie fest, welche Anforderungen die Unternehmen erfüllen müssen, um Ihrer Ansicht nach zu den Besten zu gehören. Aus der Vielzahl von Benchmarking-Partnern wählen wir entsprechend Ihrer Ansprüche mindestens fünf Successful-Practice-Unternehmen aus, die Ihnen ein Maximum an Lernpotenzial bieten. Diese Unternehmen werden anschließend vom Konsortium besucht.

Im Rahmen der Unternehmensbesuche lernen Sie die Aspekte einer **erfolgreichen Implementierung einer Market Intelligence** ähnlicher Unternehmen kennen und diskutieren mit den verantwortlichen Entscheidungsträgern. Sie stellen konkrete Fragen und verstehen, warum das jeweilige Konzept erfolgreich ist und wie es funktioniert. Zusätzlich lernen Sie Trends, Methoden und Strategien zur Implementierung einer Market Intelligence kennen.

Ihr Aufwand

Die Konsortialpartner investieren die Zeit für die Teilnahme am Kick-off-Meeting, am Review-Meeting, an den mindestens fünf Unternehmensbesuchen und an der Abschlusskonferenz in das Projekt. Der finanzielle Beitrag beträgt pro Konsortialpartner 25.000 €. Darin enthalten sind die Teilnahmen am Kick-off-Meeting, am Review-Meeting, an den fünf Besuchen in den Unternehmen (exkl. Reisekosten) und an der Abschlusskonferenz für jeweils zwei Personen.



Über uns

Das Konsortial-Benchmarking „Market Intelligence“ wird von der Complexity Management Academy in Zusammenarbeit mit der Abteilung Innovationsmanagement des Werkzeugmaschinenlabors WZL der RWTH Aachen durchgeführt.

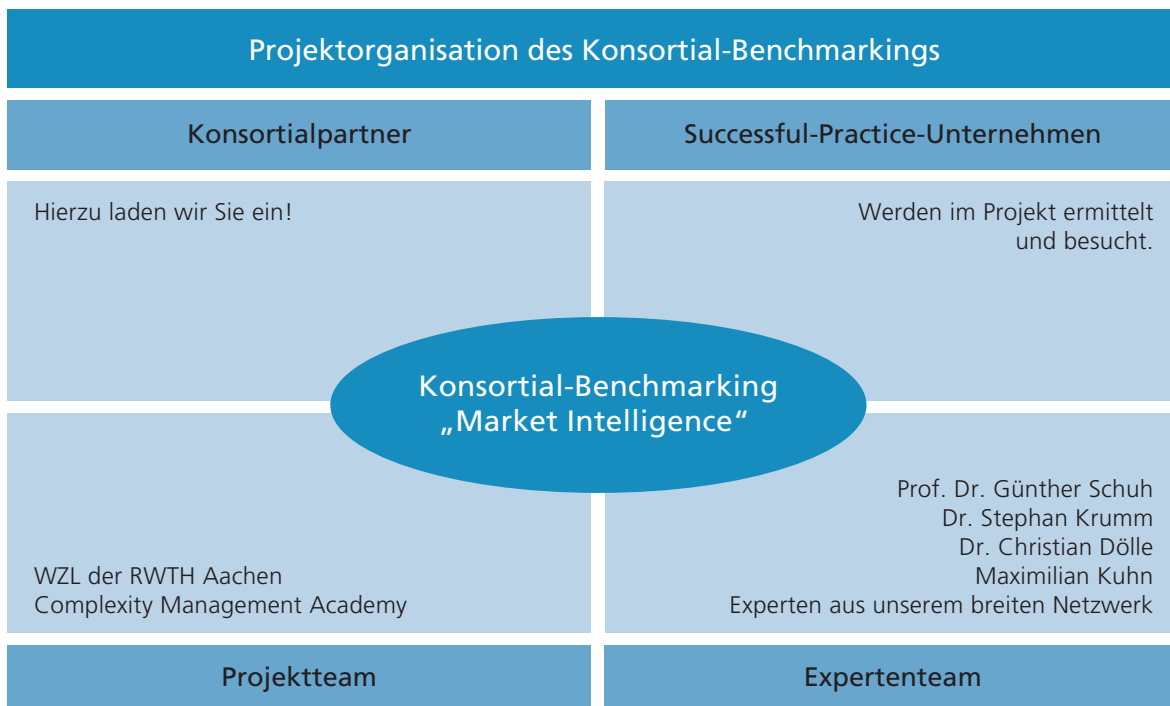
Die **Complexity Management Academy** ist die erste Anlaufstelle zum Thema Komplexitätsmanagement. Gemeinsam mit einem Experten-Netzwerk aus Industrie und Forschung, der Complexity Community, unterstützen wir produzierende Unternehmen bei der Beherrschung von produkt- und prozessinduzierter Komplexität. Durch individuelle Weiterbildungsangebote helfen wir, die Komplexität zu verstehen, zu beherrschen und als Wettbewerbsvorteil zu nutzen und fördern darüber hinaus das Best-Practice-Sharing unserer Industriepartner durch den kontinuierlichen Austausch im Netzwerk.

Mit inzwischen über 40 Partnerunternehmen ist dieses Netzwerk in Europa einzigartig und bietet

die ideale Plattform für den Austausch zu allen aktuellen Themen des Komplexitäts- und Produktmanagements und der Produktentwicklung 4.0.

Die **Abteilung Innovationsmanagement am Werkzeugmaschinenlabor WZL der RWTH Aachen** verfügt über langjährige Erfahrungen aus zahlreichen Forschungs- und Industrieprojekten im Themenfeld des Komplexitäts- sowie Entwicklungsmanagements. Besonders in den letzten Jahren konnten wertvolle Erfahrungen im Bereich des Innovationsmanagements erlangt und vertieft werden.

Gemeinsam haben wir in den vergangenen Jahren bereits erfolgreich Konsortial Benchmarking-Projekte zu Themen wie „Baukasten- und Variantenmanagement“, „Globales Komplexitätsmanagement“, „Produkt- und Portfoliomanagement“ sowie „Künstliche Intelligenz in der F&E“ mit Konsortialpartnern wie der Miele & Cie. KG, Trumpf Gruppe, MTU Aero Engines AG und Claas KGaA mbH, durchgeführt.



Ihr Kontakt



Werkzeugmaschinenlabor WZL der RWTH Aachen

Annika Becker
Projektleiterin
Campus-Boulevard 30
52074 Aachen, Deutschland
Telefon: +49 241 80-27565
Mobil: +49 151 43190382
E-Mail: a.becker@wzl.rwth-aachen.de



Werkzeugmaschinenlabor WZL der RWTH Aachen

Dr. Christian Dölle
Oberingenieur - Abteilung Innovationsmanagement
Campus-Boulevard 30
52074 Aachen, Deutschland
Telefon: +49 241 80-27568
Mobil: +49 151 43184343
E-Mail: c.doelle@wzl.rwth-aachen.de



Complexity Management Academy GmbH

Maximilian Kuhn
Prokurist
Campus-Boulevard 30
52074 Aachen, Deutschland
Telefon: +49 241 80-28196
Mobil: +49 151 43164208
E-Mail: maximilian.kuhn@complexity-academy.com

