|  |
| --- |
| ***Digitales Wettbewerbs-Cockpit****Werkzeug*  |
| **Digital Five Forces** | **Wirkung der Digitalisierung auf den Wettbewerb** | **Schlussfolgerungen bzw. Maßnahmen für das eigene Unternehmen** |
| ***1. digitale Konkurrenz im heutigen Geschäft (aus der Branche)*** | * …
* …
* …
 | * …
* …
* …
 |
| ***2. digitale Konkurrenz im künftigen Geschäft (aus der Branche bzw. anderen Branchen)*** | * …
* …
* …
 | * …
* …
* …
 |
| ***3. Substitution des Geschäftes durch Digitalisierung*** | * …
* …
* …
 | * …
* …
* …
 |
| ***4. digitaler Wettbewerb durch Lieferanten*** | * …
* …
* …
 | * …
* …
* …
 |
| ***5. digitaler Wettbewerb durch Kunden*** | * …
* …
* …
 | * …
* …
* …
 |

|  |
| --- |
| ***Digitales Wettbewerbs-Cockpit****Beispiel (Hotel)* |
| Hintergrund: Im Rahmen einer Digitalisierungs-Strategie entwickelt ein Wellness-Hotel ein Wettbewerbs-Cockpit. Dieses ist Grundlage für die künftige Positionierung. |
| **Digital Five Forces** | **Wirkung der Digitalisierung auf den Wettbewerb** | **Schlussfolgerungen bzw. Maßnahmen für das eigene Unternehmen** |
| ***1. digitale Konkurrenz im heutigen Geschäft (aus der Branche)*** | * Zunehmende Digitalisierung in den Standardprozessen (Buchung, Programmplanung…)
* Relativ wenig Kooperation mit digitalen Portalen (Gesundheits- / Selfness- / Wellness-Dienstleister)
* Konzentration und Steigerung digitaler Kompetenz
 | * Dringendes Nachholen bei der Prozess-Digitalisierung (Planung, ERP…)
* Prüfung und Entscheidungsvorlage bzgl. Kooperation mit digitalen Wellness-Portalen
* …
 |
| ***2. digitale Konkurrenz im künftigen Geschäft (aus der Branche bzw. anderen Branchen)*** | * Spaltung des Marktes in Premium- und Commodity-Segment mit eigenen digitalen Anforderungen
* Einstieg von Dienstleistern in das stationäre Wellness-Geschäft
* Stärkere Vernetzung mit Zuweisern (Kassen…)
 | * Mittelfristige Positionierung im Premium-Bereich mit adäquaten Dienstleistungen
* Positionierung als „stationärer und digitaler Partner“ für Zuweiser, Kunden
* …
 |
| ***3. Substitution des Geschäftes durch Digitalisierung*** | * Substitution der stationären Wellness-Konzepte durch digitale Formate (Online-Check, Apps…)
* Zunahme von integrierten Angeboten von Gesundheit, Wellness und Selfness
* Digitalisierung als „Wellness-Beschleuniger“
 | * Noch stärkere Entwicklung und Vermarktung von integrierten Angeboten
* Intensivierung der Vernetzung mit allen Vermarktungs- und Zuweisungskanälen
* …
 |
| ***4. digitaler Wettbewerb durch Lieferanten*** | * Kein Wettbewerb durch Großhandel und klassische Hotellieferanten
* Alternativ-Geschäftsmodelle durch Zuweiser, v.a. bei kurzen Aufenthalten („App statt Kurz-Kur“)
 | * Laufende Beobachtung des Versicherungs- und Zuweisungs-Modells bzgl. digitaler Lösungen
* …
 |
| ***5. digitaler Wettbewerb durch Kunden*** | * Keine Rückwärtsintegration bei Privatkunden
* Teilweise Wettbewerb bei Geschäftskunden, v.a. bzgl. Fitness- und Wellness-Lösungen im Büro (mit digitalen Lösungen kombiniert)
 | * Laufende Beobachtung des Geschäftskunden-Segments hinsichtlich neuer Fitness- und Wellness-Lösungen
* Entwicklung einer neuen Geschäftskunden-Strategie
* …
 |