

Nominierte in der Kategorie BUSINESS & STRATEGIE

Debrunner Koenig

klöckner & co multi metal distribution

DebrunnerKoenig (Klöckner)

Relaunch E-Business-Plattform – kontinuierliche Anpassungen des Geschäftsmodells durch Adaption der Konzernstrategie, der Organisation, der Prozesse, der Technologie und der Art und Weise der Kundeninteraktion

Die DebrunnerKoenig Gruppe ist ein Unternehmen der Klöckner&Co-Gruppe und Dienstleister für Bau, Industrie und Gewerbe. Klöckner & Co. ist der größte produzentenunabhängige Stahl- und Metaldistributor sowie eines der führenden Stahl-Service-Center im Gesamtmarkt Europa und Amerika.

DebrunnerKoenig setzt mit einer B2B-Plattform den Web-Branchenstandard in den relevanten Zielmärkten. Die Digitalstrategie „Digitalisierung der Stahlindustrie“ ist dabei eng verzahnt mit der Geschäftsstrategie. Das konkrete Ziel der neuen E-Business-Plattform bestand darin, die Angebote konsequent auf das veränderte Verhalten der Kunden- und Anspruchsgruppen auszurichten, um so ein wertschaffendes und innovatives Kundenerlebnis zu realisieren. Mit Hilfe einer Transformations-Roadmap wurden wertschaffende, finanzierbare und umsetzbare Digitalprojekte für die nächsten drei Jahre definiert. Darauf basierend wurde der Bedarf an Veränderungen für die Organisation und der gesamten Prozesskette abgeleitet. Das erste zentrale Projekt im Rahmen der Digitalstrategie war die Entwicklung eines B2B-Online-Shops und dessen nahtlose Integration in eine neu ausgerichtete Weblandschaft.

UMSETZUNGSSTATUS

Der B2B-Online-Shop wurde in eine neu ausgerichtete Weblandschaft integriert. Der Gesamtumsatz der DebrunnerKoenig Gruppe konnte seit Einführung der E-Business-Plattform kontinuierlich gesteigert werden.

INNOVATIONSGRAD

Innerhalb des Stahlgroßhandels stellt eine derartige E-Business-Plattform eine Innovation dar.

NEUES DENKVERHALTEN

Die von Gisbert Rühl, dem CEO von DebrunnerKoenig, initiierte und persönlich getriebene Vision & Digitale Transformation ist der Mantel aller Digital Aktivitäten von Klöckner und so auch von DebrunnerKoenig. Die Entwicklung der Strategie erfolgte 2013 nach seinem Silicon Valley Aufenthalt. Die Strategie ist nicht nur transformativ, sondern auch disruptiv: Klöckner will eine eigene zentrale Plattform für den Stahlhandel aufbauen. Dies macht Teile der heutigen Wertschöpfung obsolet und steigert die Effizienz deutlich.

DIGITAL TRANSFORMATION INDEX

DebrunnerKoenig verfügt mit 85% über einen hohen Digital Transformation Index. Sie besitzen somit den Reifegrad Transformed und können als Vorreiter der Digitalen Transformation im Stahlgroßhandel gesehen werden

BEWERTUNG DER EXPERTEN-JURY

Der Nominierungsgrund seitens der Jury für den Digital Transformation Award ist die Bewältigung der hohen Komplexität des Transformationsprozesses von einem drei- zu einem zweistufigen Absatzmodell. Die eindeutige digitale Strategie und das Commitment des Top Managements bei der Umsetzung sind zukunftsweisend.

Debrunner Koenig Holding



BRANCHE: Großhandel

KATEGORIE: Business & Strategie

GRÖßE: Großunternehmen/Organisation
(ab 450 Mitarbeiter)

PROJEKTZEITRAUM: 16 Monate

INVESTITIONSKOSTEN: CHF 900'000-
(externe Projektkosten)

PROJEKTSTART: 01.04.2012

PROJEKTENDE: 01.12.2013

SYSTEM- UND LÖSUNGSANBIETER:
NAMICS AG, St. Gallen (CH)

URL: www.dkh.ch/da/de/da/index.html

ZIELSETZUNG: Umsatzsteigerung, Effizienz/
Kostensenkung, Flexibilität/Schnelligkeit,
Kundennähe/Vertrauen, Image
(Innovation), Zukunftsfähigkeit

AUSLÖSER

- Angebote konsequent auf das veränderte Verhalten der Kunden/ Anspruchsgruppen ausrichten



Nominiert

Debrunner Koenig

klöckner & co multi metal distribution

Relaunch E-Business-Plattform

- Realisierung eines wertschaffenden und innovativen Kundenerlebnisses

PROJEKTVISION

Projekt zentrale E-Business Plattform als ein Best-Practice-Ansatz für die Digitale Transformation des gesamten Konzerns

PROJEKTBESCHREIBUNG

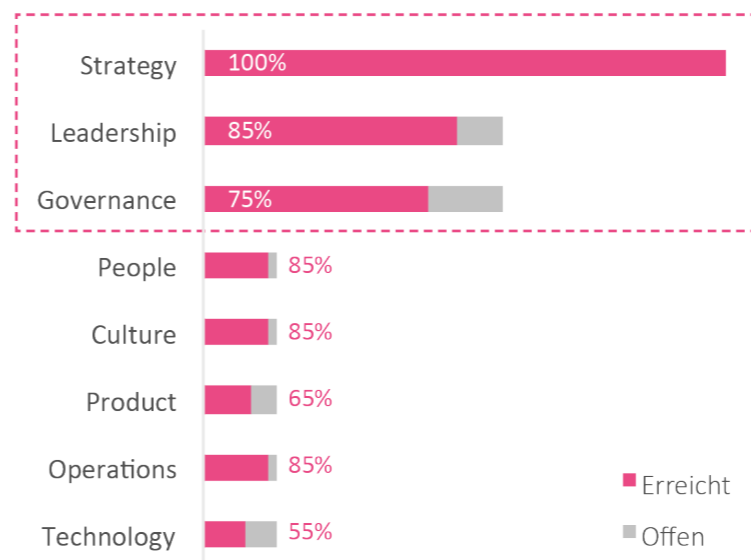
- Entwicklung eines B2B-Online-Shops und die nahtlose Integration dessen in eine neu ausgerichtete Weblandschaft
- Über 160.000 Produkte online verfügbar gemacht, zentraler Login-Bereich mit personalisierten Informationen und Angeboten, und passgenau auf die Bedürfnisse zugeschnittenes Käuferlebnis mit automatisiertem Abwicklungsprozess entlang der gesamten Service Chain
- Neue Rollen, wie E-Koordinatoren, Daten-Manager, digitale Produkt-Manager und Online-Marketing-Experten wurden im Rahmen des Projektes etabliert

PROJEKTERFOLG

- Best-Practices für die konzernweite Digitalisierungsstrategie
- Onlineumsatz der Debrunner Koenig Gruppe konnte seit Einführung der E-Business-Plattform kontinuierlich gesteigert werden
- Erhöhung des Kundennutzens
- Festigung der Kundenbindung
- Stärkung des Images der Gruppe als Innovationsführer in der Stahldistribution über alle Kanäle

Digital Transformation Index Scoring

FOKUS DER BETRACHTUNG IN DER KATEGORIE BUSINESS & STRATEGIE:



INTEGRATED STRATEGY 100%

- Die vom CEO (Gisbert Rühl) initiierte und persönlich getriebene Digitalisierungsstrategie ist die Grundlage und inhaltliche Klammer für alle Digital-Aktivitäten von Klöckner, so auch von Debrunner Koenig
- Entwicklung der Strategie 2013 nach dem Silicon Valley Aufenthalt von Gisbert Rühl

- Die Strategie ist transformativ und disruptiv zugleich: Zum einen wird durch die Digitalisierung das bestehende Geschäftsmodell optimiert, zum anderen erschließt sich Klöckner, bspw. durch den Aufbau einer eigenen Stahlhandelsplattform, neue Geschäftsfelder. Obendrein investiert Klöckner in Start-ups und baut junge Firmen auf, die Ideen zur Neugestaltung des Geschäftsmodells von außen einbringen.
- Der Business Plan sieht vor, dass die Digitalisierung 0,5%p zum Anstieg der EBITDA-Marge auf 5 % bis 2017 beitragen wird
- Bündelung der konzernweiten Digitalisierungsaktivitäten bei Klöckner in Berlin seit Anfang 2015

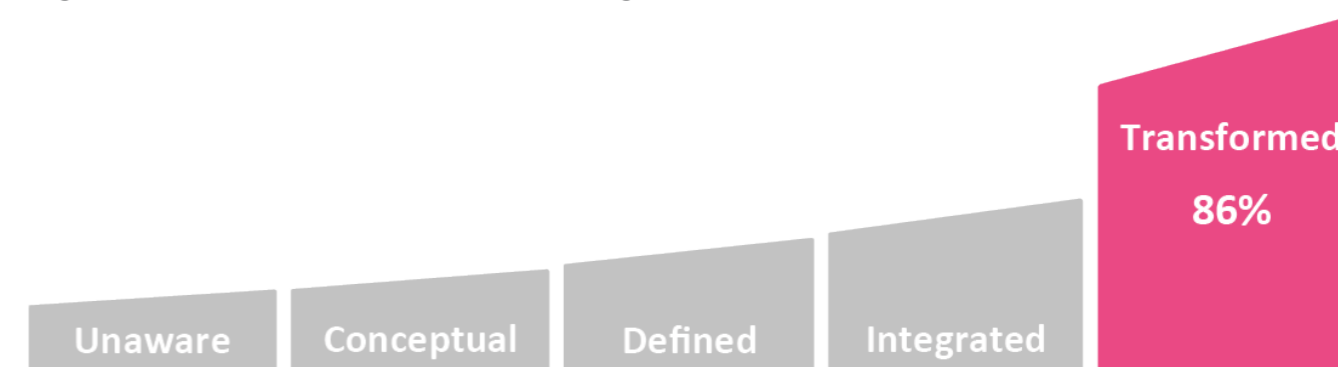
INTEGRATED LEADERSHIP 85%

- CEO treibt Digitalisierung persönlich
- CEO nutzt aktiv digitale Medien für Kommunikation mit Mitarbeitenden wie Yammer oder Video- Podcasts
- Pro Land werden „CDO's“ aufgebaut

INTEGRATED GOVERNANCE 75%

- Der konzernweite Yammer-Roll-out wurde begleitet von Verhaltensregeln für rund 9.700 Mitarbeiter
- Durchgängige Compliance Policy / Code of Conduct

Digital Transformation Index Gesamtreifegradstufe

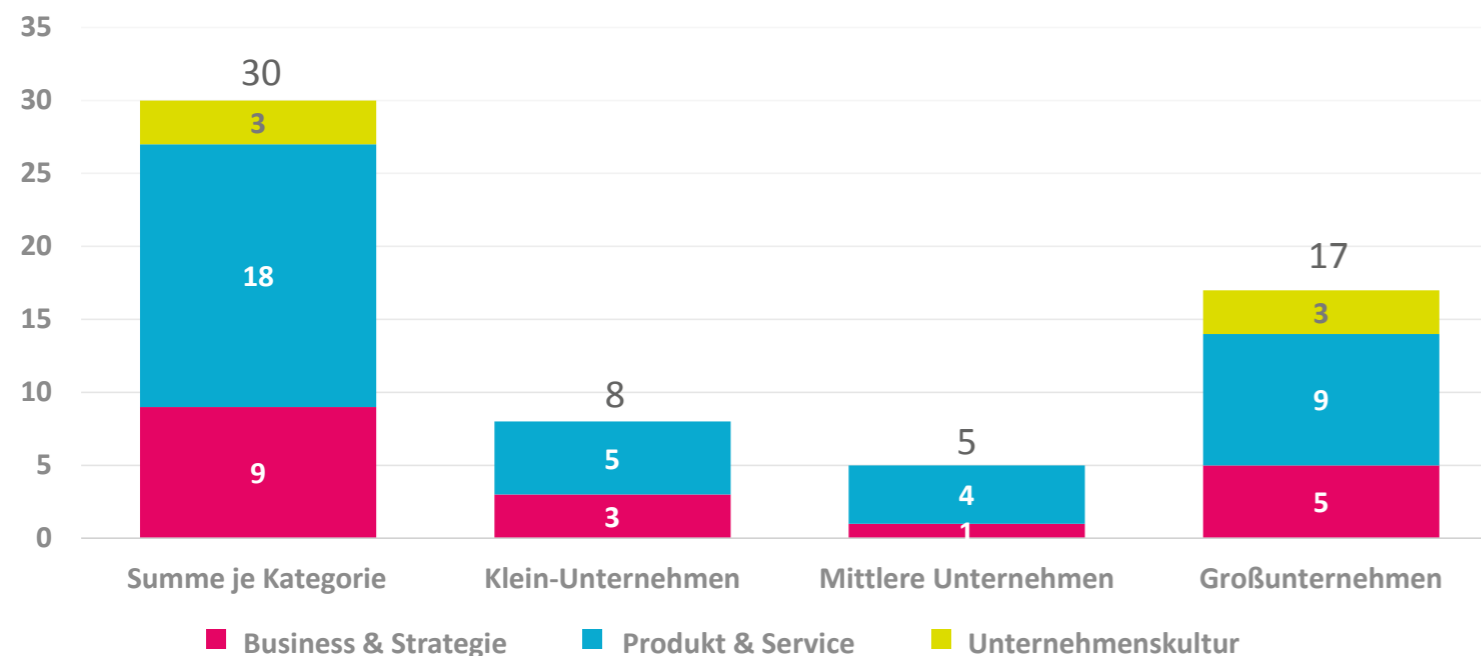


KATEGORIE BUSINESS & STRATEGIE

Projektbewerbung – 45 Einreichungen der deutschen Wirtschaft

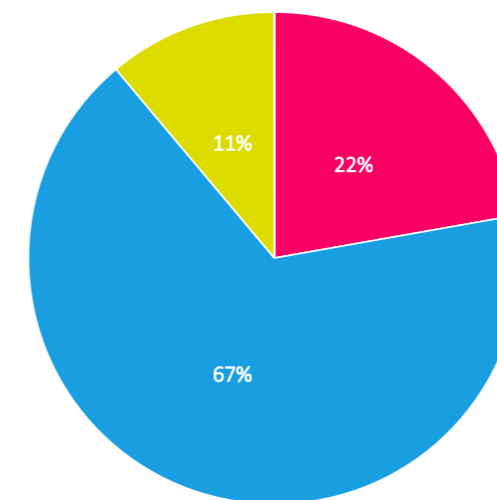
Oft wird die Trägheit deutscher Unternehmen bei der Digitalen Transformation beklagt. Ein positiveres Bild zeichnen die 45 Unternehmen, die sich in diesem Jahr für den **Digital Transformation Award** beworben haben.

Übersicht Anzahl qualifizierter Bewerbungen



Um der Zuordnung und der Bewertung eines Transformationsprojektes zu einer der drei Bewerbungskategorien gerecht zu werden, wird eine Gewichtung einzelner Dimensionen abhängig der Bewerbungskategorie vorgenommen.

In der Kategorie **Business & Strategy** fallen die Dimensionen „**Strategy**“, „**Leadership**“ und „**Governance**“ besonders ins Gewicht.



Fast ein Viertel des Bewerberfeldes in der Kategorie Business & Strategie verfügt über den Reifegrad Transformed als Ergebnis über alle Dimensionen hinweg.

Strategy

Wie in dieser Kategorie zu erwarten, ist der Anteil derjenigen Unternehmen von 22% mit Reifegrad Transformed, die über den Reifegrad Transformed in der Dimension Strategy verfügen, mit knapp 70% sehr hoch.

Leadership

Ein Drittel der Unternehmen sind zudem Transformed in der Dimension Leadership. Nur 11% hingegen können sich in der Dimension Governance mit dem Reifegrad Transformed betiteln

ENTSCHEIDUNGS- KRITERIEN DER EXPERTEN-JURY

UMSETZUNGSSTATUS

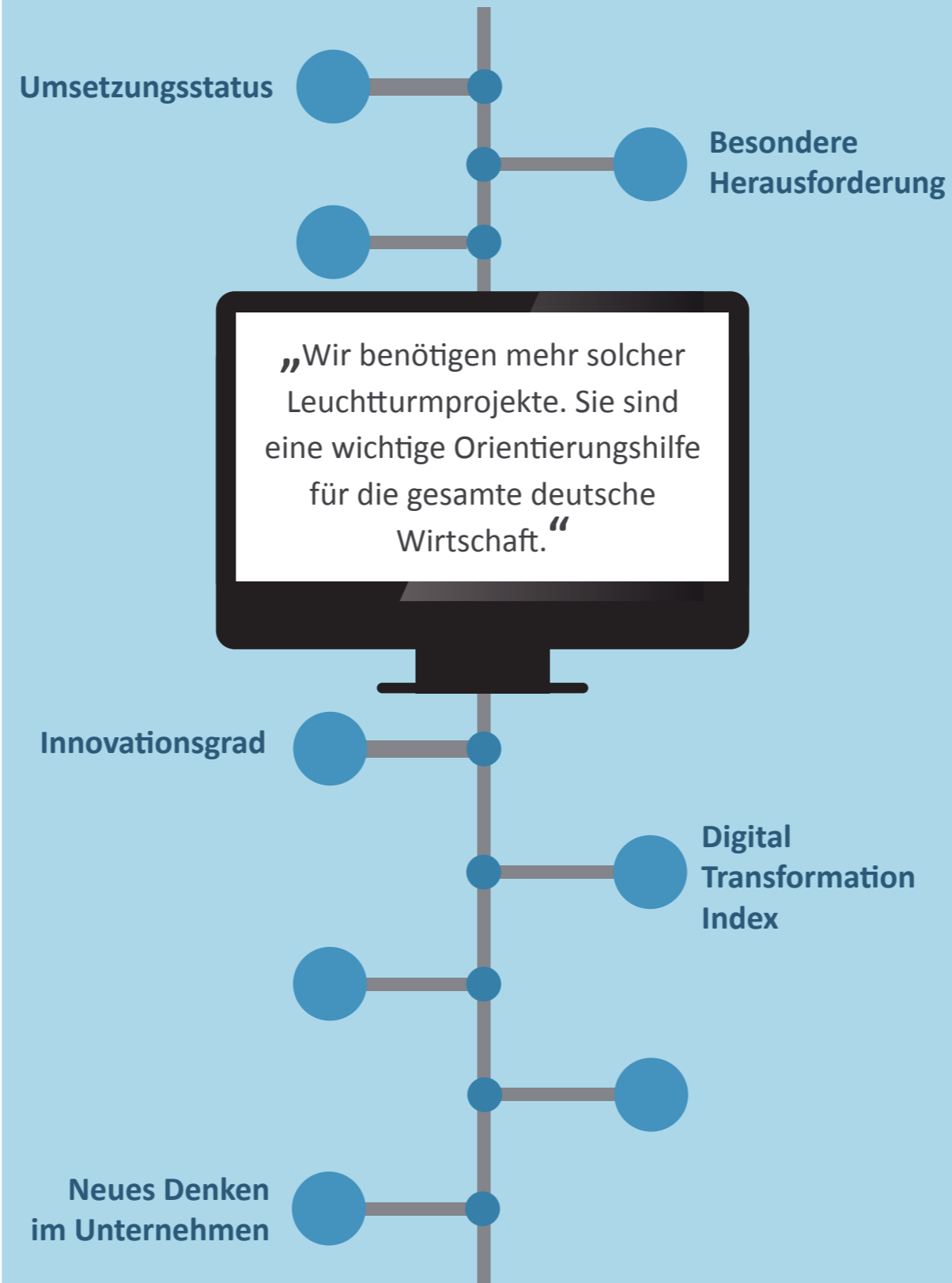
In welcher Umsetzungsphase befindet sich das Projekt? Ist es noch in der Umsetzung befindlich, wurde der Roll-Out durchgeführt oder ist es bereits implementiert?

INNOVATIONSGRAD

Ist die Wandlung wirklich innovativ oder innerhalb der Branche bereits schon weit verbreitet?

NEUES DENKEN IM UNTERNEHMEN

Wurde durch die Transformation das Denkverhalten im Unternehmen verändert?



BESONDERE HERAUSFORDERUNG

Wie schwierig oder komplex war die Transformation zu vollziehen? Mussten beispielsweise Legacy-Systeme bei Großunternehmen überwunden werden?

DIGITAL TRANSFORMATION INDEX

Wie hoch ist der interne digitale Reifegrad des Unternehmens? In welchem digitalen Kontext bewegt sich das Transformationsprojekt?