



EDITORIAL

#1

Müssten wir uns eine Überschrift für das Jahr 2019 überlegen, wäre sie wohl „Alles neu“. Denn viel hat sich verändert bei CEDO: Das Heft hat ein neues Logo und erscheint jetzt vier- statt achtmal im Jahr – und immer als Printausgabe. Es ist umfangreicher als bisher und bietet mehr Themenvielfalt und -tiefe. Auch unser Digitalkongress „CEDO-SUMMIT“ wird sich 2019 verändern und von Stuttgart nach Berlin ziehen – er findet am 24. und 25.

September im DBB-Forum statt. Für das Programm haben wir uns neue Formate überlegt und bereits den ersten hochkarätigen Sprecher verpflichten können: Helge Braun, Kanzleramtsminister und „CDO“ der Bundesregierung.

„ALLES NEU“ passt aber auch zu unserem ersten Titelthema 2019 (ab Seite 6). Darin geht es um Konkurrenten, die als Neulinge eine Branche aufmischen und disruptieren – so wie es Airbnb mit dem Hotelsektor oder Uber und Lyft mit der Taxibranche getan haben.

Müssen produzierende Unternehmen jetzt auch Angst haben? BMW-DIGITALCHEF JENS MONSEES jedenfalls hat keine, wie er im Interview (ab Seite 12) betont – sondern setzt stattdessen auf eine Strategie des Miteinander statt Gegeneinander. Eine neue und besonders anspruchsvolle Form der Kontaktaufnahme – sowohl zu Konkurrenten als auch zu Kooperationspartnern – stellen Plattformen dar. Sie bieten Unternehmen große Chancen, neue Märkte zu erreichen, erhöhen aber auch die Gefahr, Kunden an die Konkurrenz zu verlieren (ab Seite 18). Im Industrial Internet of Things dienen sie bislang vor allem der Verbesserung der unternehmenseigenen Performance (ab Seite 34).

Dass ein Unternehmen nur Geld verdient, wenn die Maschinen laufen, das hat sich bis dato nicht verändert und wird sich auch 2019 so schnell nicht ändern. Genauso wenig wie unser Blick auf die Digitale Transformation – die wir auch weiterhin mit Argusaugen und immer durch die Strategiebrille betrachten werden.

Die CEDO-Redaktion