



Ambidextrie

Diskussionsthema und Inhalte

Wie können neue, innovative Wege im Unternehmen mit dem traditionellen Weg vereint werden? In dieser Breakout-Session soll die Balance zwischen Alt und Neu diskutiert und anhand des Praxisbeispiels der Heidelberger Druckmaschinen AG verdeutlicht werden.

Einführung

Heidelberger Druckmaschinen AG bietet seit 2018 seine Druckmaschinen als EaaS an. Mit diesem Angebot wird nicht mehr die Druckmaschine an sich, sondern eine Leistung (Anzahl Drucke) verkauft.

Ausgangslage

Es werden immer weniger Druckmaschinen benötigt, um ein gleichbleibendes Druckvolumen zu produzieren. Dies liegt daran, dass die Maschinen immer effizienter werden.

Herausforderung

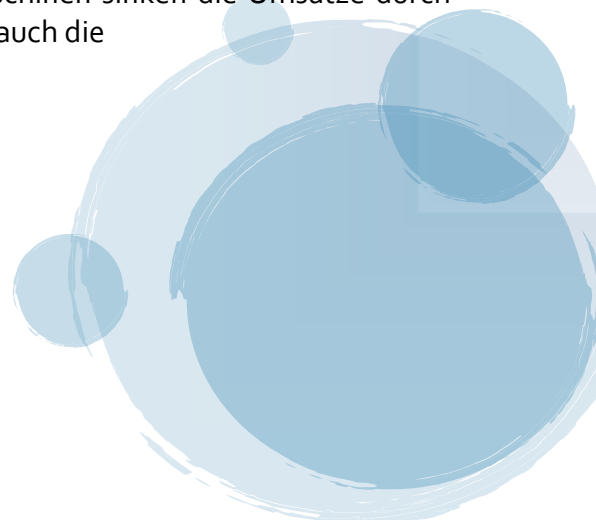
Durch immer effizientere Maschinen sinken die Umsätze durch Druckmaschinenverkäufe, als auch die Volatilität in Krisenzeiten.



Heidelberger
Druckmaschinen AG



www.heidelberg.com





Problemlösung

Entwicklung des EaaS (Subscription) Modelles, bei der eine Leistung vs. eine Maschine verkauft wird. Diese Leistung beinhaltet neben dem Service auch die benötigten Verbrauchsmaterialien.

Unternehmenspartner

Name: Oliver Demus

Unternehmen: Heidelberger Druckmaschinen AG

Stellenbezeichnung: Leiter Customer Success Management und Subscription Verkauf

Zur Person: Seit über 30 Jahren in der Druckindustrie tätig mit einem breiten Spektrum der Tätigkeiten von der Produktion, Softwareentwicklung, Service, Aufbau eines Consulting Teams bis hin zur Entwicklung des Subscriptionsmodells.

Moderatorin

Name: Waltraud Gläser

Unternehmen: Organisationsberatung Waltraud Gläser

Stellenbezeichnung: Organisationsberaterin, Change Managerin, Sparringspartnerin für Entscheider, Coach, Moderatorin

Zur Person: Seit über 35 Jahren Erfahrung in der Logistik sowie Personaldienstleistung, u.a. als Führungskraft und Mitglied im Aufsichtsrat. Seit 11 Jahren selbständig beratend tätig in allen Wirtschaftsbranchen. Mitautorin des vom AFSMI herausgegebenen Buches „Services Management und Digitale Transformation.“

