



Weitere Details online unter
www.handbuch-digitalisierung.de

Digitale Transformation

Handbuch „Digitalisierung“

Herbst 2016: Wir schaffen unser erstes gemeinfreies Werk für Deutschland. Das Fachbuch realisieren wir mit einer Creative-Commons-Lizenz und einer lebendigen Autoren-Community. Das Handbuch zum „Digitalen Wandel“ – nachhaltig und für alle. Die Redaktion erklärt neue und aktuelle Begriffe rund um die „Digital Economy“. Die Mischung aus Fachbuch und Best-Practice-Beispielen aus und von Unternehmen zeigt auf wie die digitale Transformation in einer vernetzten Gesellschaft gelingt. Die Redaktion

erklärt, welche Anwendungen wie und in welcher Abteilung implementiert werden können. Einsparpotentiale und Wettbewerbsvorteile werden anhand von Gastbeiträgen und Interviews aufgezeigt.

Durch unser Open-Content-Redaktionskonzept schaffen wir die Basis für die kontinuierliche Weiterentwicklung des Werkes im Internet. Zusätzlich können unsere Inhalte jederzeit auch unter kommerziellen Aspekten viral zum Einsatz gebracht werden.

■ Kommunikationsziel:

Die Autorengemeinschaft sensibilisiert für den zeitgemäßen Einsatz des Internets und digitaler Anwendungen. Im Fokus des „Handbuchs Digitalisierung“ hat die Redaktion den interdisziplinären Schwerpunkt „Die vernetzte Gesellschaft“ mit dem Ziel gesetzt, die Kommunikationstechnologien und ihren Nutzen für Staat, Wirtschaft und Gesellschaft aus verschiedenen Perspektiven zu thematisieren. In Fallbeispielen und Interviews präsentieren wir neue Geschäftsmodelle und Technologien, die im Trend liegen und sich im aktuellen Zeitgeist widerspiegeln.

■ Zielgruppe:

Bildungseinrichtungen, Schulen, Universitäten, Seminaranbieter, Konzerne, Vorstände, Führungskräfte im Top-Management, KMU-Geschäftsführer, Entscheider Sales- und Marketing, Controlling, Werbung und Marktforschung, Kundenbetreuung sowie Meinungsführer aus Politik und Wirtschaft.



Autoren:

Brigitte Kasper

Frank Zscheile

Frank Romeike

Udo Rettberg

Dr. Ralf Magagnoli

Gastautoren (u.a.):

André M. Bajorat (angefragt)

Unternehmer, Berater, Speaker, Business-Angel und Mentor im deutschen Start-up- und FinTech-Umfeld aktiv. www.payment-andbanking.com

Sigmar Gabriel (angefragt)

Wirtschaftsminister der Bundesrepublik Deutschland

Sascha Lobo (angefragt)

Deutscher Blogger, Buchautor, Journalist und Werbetexter.

Dr. Ina Sebastian (angefragt)

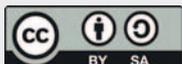
bitkom Arbeitskreis Forschung und Innovation; Vorsitzende

Redaktionsbeirat:

Prof. Dr.-Ing. Martin Gaedke

Dean of Studies at the Department of Computer Science; TU-Chemnitz; <http://vsr.informatik.tu-chemnitz.de>

Ergänzende Informationen sowie Schreibproben unserer Autoren finden Sie hier



Finanztechnologie

Finanztechnologie (auch verkürzt zu Fintech bzw. FinTech) ist ein Sammelbegriff für moderne Technologien im Bereich der Finanzdienstleistungen. Fintech ist ein Kofferwort und setzt sich aus den Wörtern financial services und technology zusammen.

Definition

Finanztechnologie bezeichnet moderne Technologien zur Bereitstellung finanzieller Dienstleistungen durch Nichtbanken. Dazu zählen zum Beispiel Technologien im Bereich des E-Commerce, Mobile-Payment, Crowdfunding, Crowdinvesting und der Business Intelligence, in denen traditionelle Dienstleister wie etwa Banken von Non-Banks (Nichtbanken) oder Near-Banks (bankenähnliche Dienstleister wie Hedgefonds) angegriffen werden.

Ziele und Potenziale

Finanztechnologie wird meist von Startups und jungen Unternehmen angewandt. Diese versuchen, etablierten Wettbewerbern wie beispielsweise Banken Marktanteile abzunehmen. Hierbei versuchen die neuen Anbieter typischerweise ihr Geschäft ohne Banklizenz betreiben zu können, da die hohen Anforderungen der Bankenregulierung eine deutliche Markteintrittshürde darstellen. Den Verbrauchern wird ermöglicht, ohne Mittelsmann direkt über das Internet beispielsweise Geld anzulegen, einen Kredit aufzunehmen, Bezahlvorgänge abzuschließen oder eine Finanzberatung in Anspruch

zu nehmen. Begünstigt werden Fintechs von Entwicklungen im Bereich Big Data und Cloud-Computing sowie der rasanten Verbreitung von Smartphones, Laptops und Tablets in Verbindung mit nahezu ständigem Zugriff auf das Internet. So ist es auch jungen und kleinen Unternehmen möglich, etablierte Unternehmen zu attackieren oder eine Nische im Markt zu besetzen. Finanztechnologie wird seit dem Aufkommen des Internets als eine potenziell disruptive Technologie beschrieben, die bestehende Dienstleistungen nahezu vollständig ersetzen könnte.

„Banking is necessary, banks are not“ (Bill Gates)

Die Marktanteile der Finanztechnologie-Unternehmen am Gesamtmarkt liegen dagegen im Promille-Bereich.

- Payment
- Bitcoins
- (e) Commerce
- ERP
- Factoring
- Spenden
- Gastro / Kasse
- Kredite / Factoring
- Banking
- Tools
- PFM
- API Banking (NEU)
- Anlegen
- Online-Ident

1 Der Leser erhält pragmatische Definitionen und Begriffserklärungen mit weiterführenden Links zu online Inhalten.

2 Zusammenfassungen der wichtigsten Keywords und Aussagen am Ende eines jeden Kapitels. Wichtige Zitate hebt die Redaktion hervor.

3 Wichtige Produkt und Lösungsanbieter werden in Form von Listen und Tabellen aufgeführt-

4 Die Redaktion setzt Gastautoren in Szene. Jeder Gastbeitrag und jedes Interviews enthält ein persönliches Bildmotiv und spricht so den Leser an. Der Textumfang beträgt ca. 2.000 Anschläge pro Buchseite.

„Neue Wege gehen –
kommen Sie mit?“

Aus dem Inhalt: (Auszug)

Vorwort

Digitalisierung, Strategien, Geschäftsmodelltransformation

Kapitel 1

Die Digitalisierung und ihre Auswirkungen

1. Zielgruppe und Kommunikationsziele
- 1.1 Einleitung - Creative Commons
- 1.2 Experten und Gastautoren
- 1.3 Der Online-Blog

2. Digitalisierung als Wachstumsmotor

- 2.1 Chancen & Herausforderungen
- 2.2 Grundlegendes / Studien
- 2.3 Digitale Agenda 2014 - 2017
- 2.4 Förderungen & Wachstumskapital
- 2.5 Digitale Infrastrukturen
- 2.6 Netzpolitik

Kapitel 2

Trends: Digitale Wirtschaft und digitales Arbeiten; ein virtueller Rundgang durch die Abteilungen

1. Die Geschäftsführung
 - 1.1 Manager Dashboards und Business Intelligence
 - 1.2 Controlling
 - 1.3 Trends

Das vollständige Inhaltsverzeichnis finden Sie online hier

5 Gastbeitrag: Trendsetter schreiben über das jeweilige Themengebiet und unterstützen uns fachlich mit Ihrer Erfahrung.

6 Die Abteilungen: Digitale Trends personalisieren wir für jede Firmenabteilung im Kontext ihrer Aufgaben:

Wir gliedern das Buch nach:

- Geschäftsführung
- Rechnungswesen und Finanzen
- HR und Personal
- Beschaffung und Einkauf
- Produktion und Lager
- Vertrieb und Marketing

7 Digitale Trends verknüpfen wir mit den diversen Abteilungen in den Unternehmen – als „virtuellen Rundgang“.

Wir gliedern das Buch nach diesen IT-Themen und Trends:

- Mobile Kommunikation
- Social Media
- IoT / Industrie 4.0
- Enterprise Content Management
- Risikomanagement und IT Security
- Cloud Services

■ Vertrieb:

Print:

Startauflage Print: 2.000 Exemplare; ab September 2016 / Printing-on-Demand, Direkter Buchhandelsanschluss, Barsortiment bei Libri, Amazon, Vertriebsunterstützung durch Anzeigenkampagne in der verlagseigenen Publikation TREND REPORT/ Supplement HANDELBLATT, Partnervertrieb über die teilnehmenden Autoren und deren Institutionen.

Digital:

E-Book mit EPUB (electronic publication) – offenes Dateiformat, Partnershops: amazon.de, buecher.de, Google play, iBooks, Spiegel Shop und Thalia, Wikibooks

Internet:

www.trendreport.de
www.handbuch-digitalisierung.de
buch.trendreport.de

Eigenes Blog und Autoren Content-Management System mit kontinuierlicher Aktualisierung durch unsere Autorencommunity unter buch.trendreport.de
Viraler Vertrieb durch das anyway media Open-Content-Redaktionskonzept. Copyleft unter CC BY-SA 4.0DE

Mehr zu Marketing und Vertrieb finden Sie online hier

TREND REPORT Handbuch Digitalisierung / Finanztechnologie

Wilder FinTech-Aktionismus

Gastbeitrag **4** André M. Bajorat, paymentandbanking.com:

Die fortschreitende Digitalisierung ist aktuell in vieler Munde. Im Bereich der Banken ist das aktuelle Wort dafür „FinTech“. Mittlerweile haben wohl auch alle Banker davon gehört und kennen sogar das böse Wort „disruptiv“. Und wie ist die Reaktion der Banken darauf? Nach einem Abwarten („wird schon wieder weggehen“) im Jahr 2014 scheint 2015 das Jahr des wilden Aktionismus zu werden. Keine Woche ohne eine FinTech-Konferenz oder Ankündigungen von Digitalisierungsaktivitäten einzelner Institute oder sogar von Konsortien verschiedener Banken. Dabei könnte es so doch so einfach sein, liebe Banken! Meine einfache Vorstellung: Stellt mal kurz eure eigenen Interessen in den Hintergrund und fragt euch, was eure Kunden in der heutigen Zeit von euch erwarten. Ich gebe gern ein paar Hinweise: Wir Kunden haben uns und vor allem unser Nutzungsverhalten in den letzten Jahren drastisch verändert. In vielen Bereichen (Medien, Mobilität, E-Commerce), aber auch im Bereich der Finanzen. Wir sind euch nicht mehr willenlos treu – vom Knaxkonto bis zur Rente

–, sondern wir suchen uns die passenden Angebote für die jeweils aktuelle Lebensphase. Und mehr und mehr nutzen wir dafür auch Angebote von sogenannten Dritten. Dritte in dem Sinne, dass sie keine klassische Bank sind. Es interessiert uns aber ehrlich gesagt auch nicht wirklich, welchen rechtlichen Status die Anbieter haben. Hauptsache das Angebot stimmt und Freunde von uns haben das Angebot auf Facebook oder Twitter empfohlen. Zudem haben wir uns daran gewöhnt, dass wir sehr regelmäßig mit neuen Dingen – auch Innovationen genannt – überrascht werden. Das finden wir inzwischen nicht mehr schlimm, wenn diese unseren Alltag erleichtern.

Es ist keine Frage mehr, ob Sie sich verändern müssen; die einzige Frage ist, ob Sie schnell genug sein werden!

Und was passiert, wenn ich mal in das Online-Banking meiner klassischen Bank schaue? Ihr glaubt weiter, es gibt nur euch und die eigenen Angebote –einen Blick über den Horizont der eigenen Bank hinaus macht ihr mir nicht möglich. Zudem mutet ihr mir Oberflächen zu, die mehr an Btx-Zei-



5

6 Rechnungswesen und Finanzen

43

■ Marketing:

Das Handbuch „Digitalisierung“ wird mit einer Anzeigenkampagne im HANDELBLATT durch die verlagseigenen Publikationen beworben. Die Wirtschafts- und Finanzzeitung TREND REPORT erreicht mit diesem Top-Trägermedium 432.000 Leser bei einer Auflage von 105.000 Exemplaren sowie das E-Paper.

Infos zur aktuellen Anzeigenkampagne finden Sie hier.

■ Technische Daten

- Objekt: Softcover-Produktion
- Format: 14,8 x 21,0 cm
- Umfang: ca. 204 Seiten (technisch passender Umfang)
- Inhalt: 4/4 farbig
- 100 g/m² holzfrei matt gestrichen Crown Digital Silk (Standardpapier)
- Umschlag: 4/0 farbig
- 275 g/m² Chromosulfatkarton holzfrei
- Veredelung: Glanzfolienkaschierung
- Bindung: Broschur, Klebebindung

■ Über uns:

Verlag: anyway media UG i.G
Unser Verlag steht für moderne Wirtschaftskommunikation und ist Herausgeber der Zeitung TREND REPORT.

Das Medium begleitet regelmäßig das HANDELBLATT als Supplement.

Mit TREND REPORT haben wir die erste nachhaltige Wirtschaftszeitung geschaffen, die gemeinfreie Inhalte publiziert. (CC BY-SA 4.0)

www.trendreport.de

Open-Content-Redaktionskonzept

Nichts ist so stark wie eine Idee, deren Zeit gekommen ist

Wir wollen aktiv mitgestalten und mithilfe Informationen, Erfahrungen und damit Wissen für Alle und Jeden frei zugänglich zu gestalten.

Deshalb haben wir mit TREND REPORT die erste Wirtschaftszeitung geschaffen, die „Freie Inhalte“ generiert, veröffentlicht und im Web viral verbreitet (Open Content).

Unsere Autoren und Journalisten unterstützen uns mit Freien Inhalten und stellen somit ihre Fachreportagen der Öffentlichkeit kostenfrei zur privaten und kommerziellen Nutzung zur Verfügung.

Mehr zum Thema Open Content erfahren Sie unter www.trendreport.de



Das „Handbuch Digitalisierung“ ist erhältlich als Buch und als E-Book in den gängigen Stores sowie online als Blog unter www.handbuch-digitalisierung.de



Kontakt & Ansprechpartner

awayway media UG i.G.
In der Mark 6
53560 Vettelschoß
Tel.: +49 2645 72 999 07
redaktion@trendreport.de

Redaktion TREND REPORT
(Niederlassung Bonn)
Auguststraße 1
53229 Bonn
Tel.: +49 228 5344 0475
E-Mail: redaktion@trendreport.de

USt.-Nr: 32/061/5621/7
Registergericht: Neuwied
HRB-Nummer: in Beantragung
Geschäftsführung: Bernhard Haselbauer

Sparkasse Neuwied
IBAN: DE54574501200030257018
BIC: MALADE51NWD

www.trendreport.de
buch.trendreport.de
www.handbuch-digitalisierung.de

Bernhard Haselbauer
b.haselbauer@trendreport.de
+49 228 5344 0475

Martina Bartlett-Mattis
m.bartlett-mattis@trendreport.de
+49 228 5344 3991

Andreas Schnittker
a.schnittker@trendreport.de
+49 228 5344 7048

Andreas Fuhrich
a.fuhrich@trendreport.de
+49 228 5344 4340