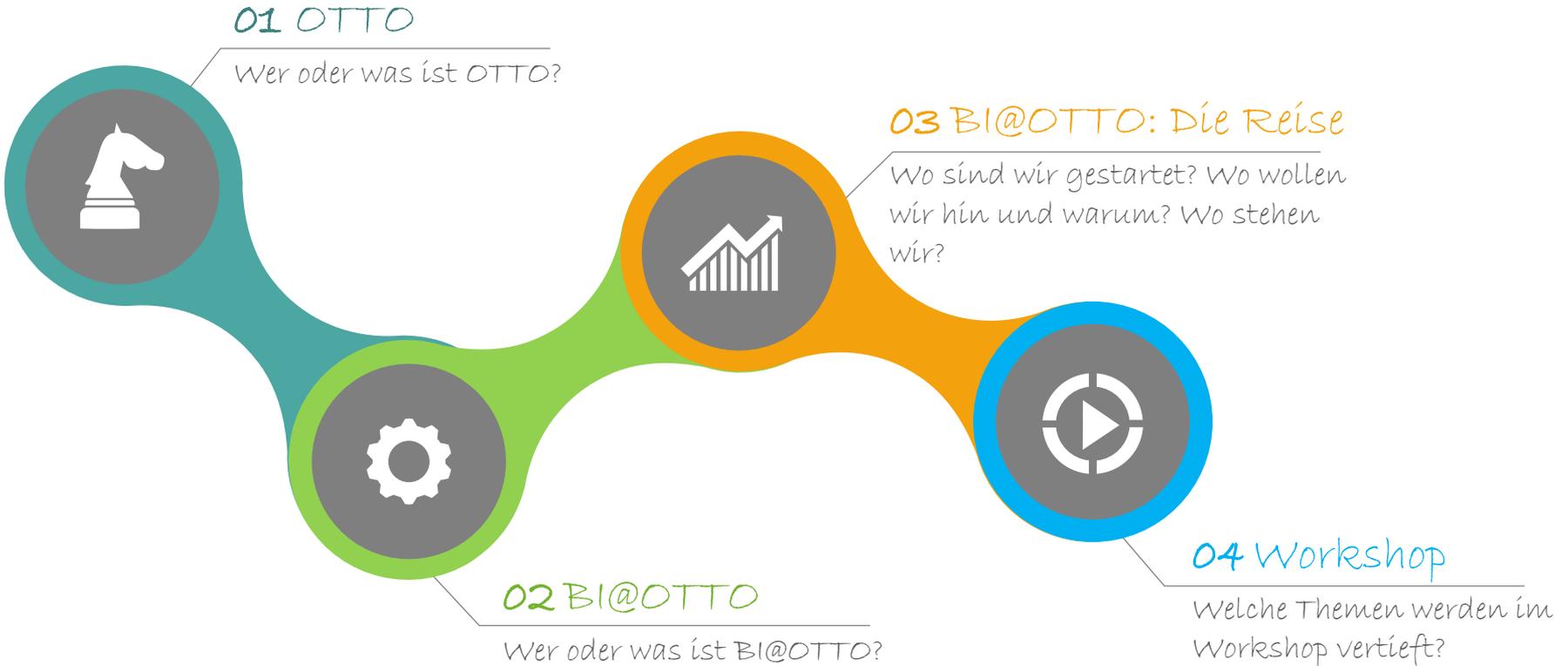


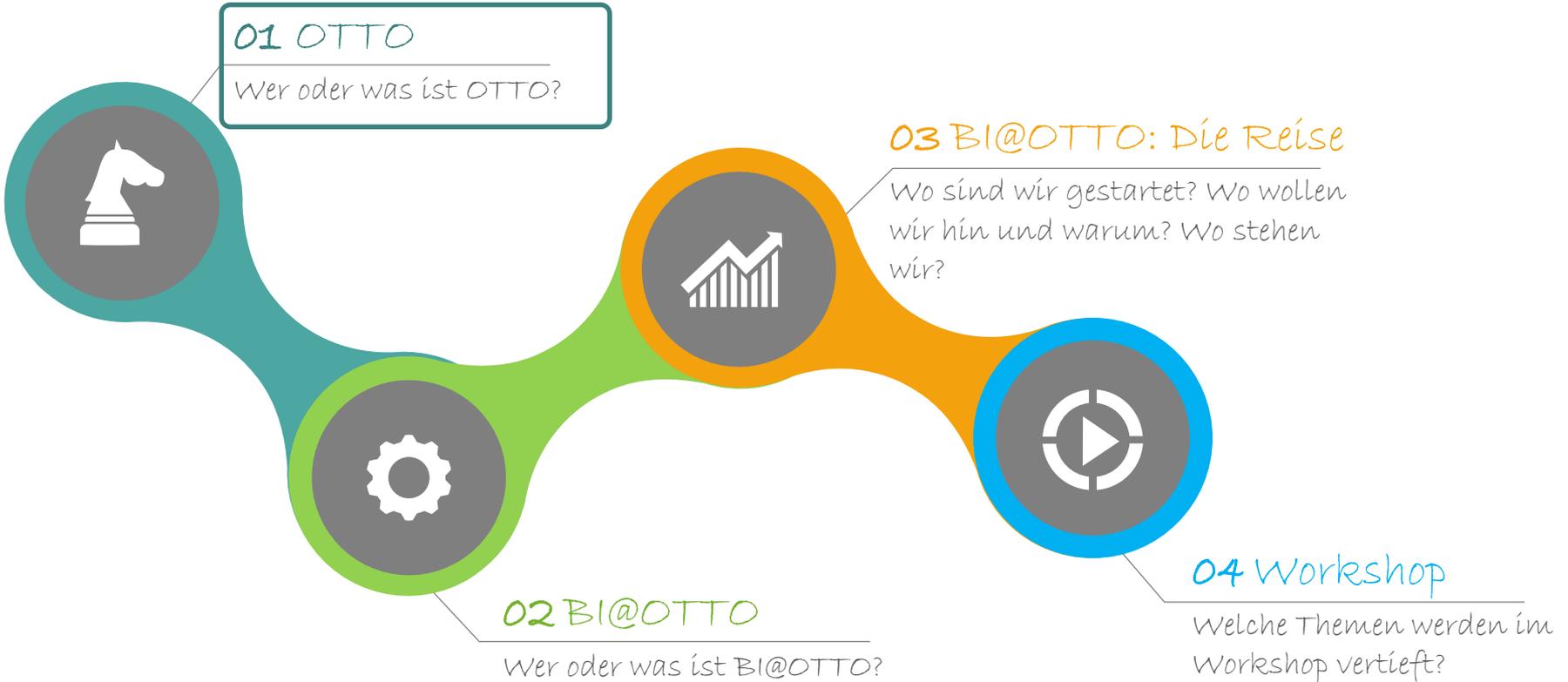
# BI@OTTO: VOM PROJEKT- ZUM PRODUKTMANAGEMENT

Nach den Projekten - Warum Projekte meist keine gute Lösung mehr sind und was danach kommt.

11. Praxisforum Prozess- Projekt und IT-Management  
Höhr-Grenzhausen, 13. Juni 2018

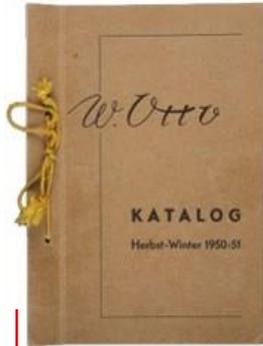


# Das Logbuch: Station 1



# Über 65 Jahre OTTO: Vom Schuhversand zum Pionier im E-Commerce

**OTTO**



1949:  
Gründung

1950:  
Der erste, handgebundene OTTO-Katalog wird verschickt: Er präsentiert auf 14 Seiten 28 Paar Schuhe



Ab 1960:  
Aufbau zum führenden Versandhändler für Mode und Einrichten  
  
Der Hauptkatalog wird zum Markenzeichen

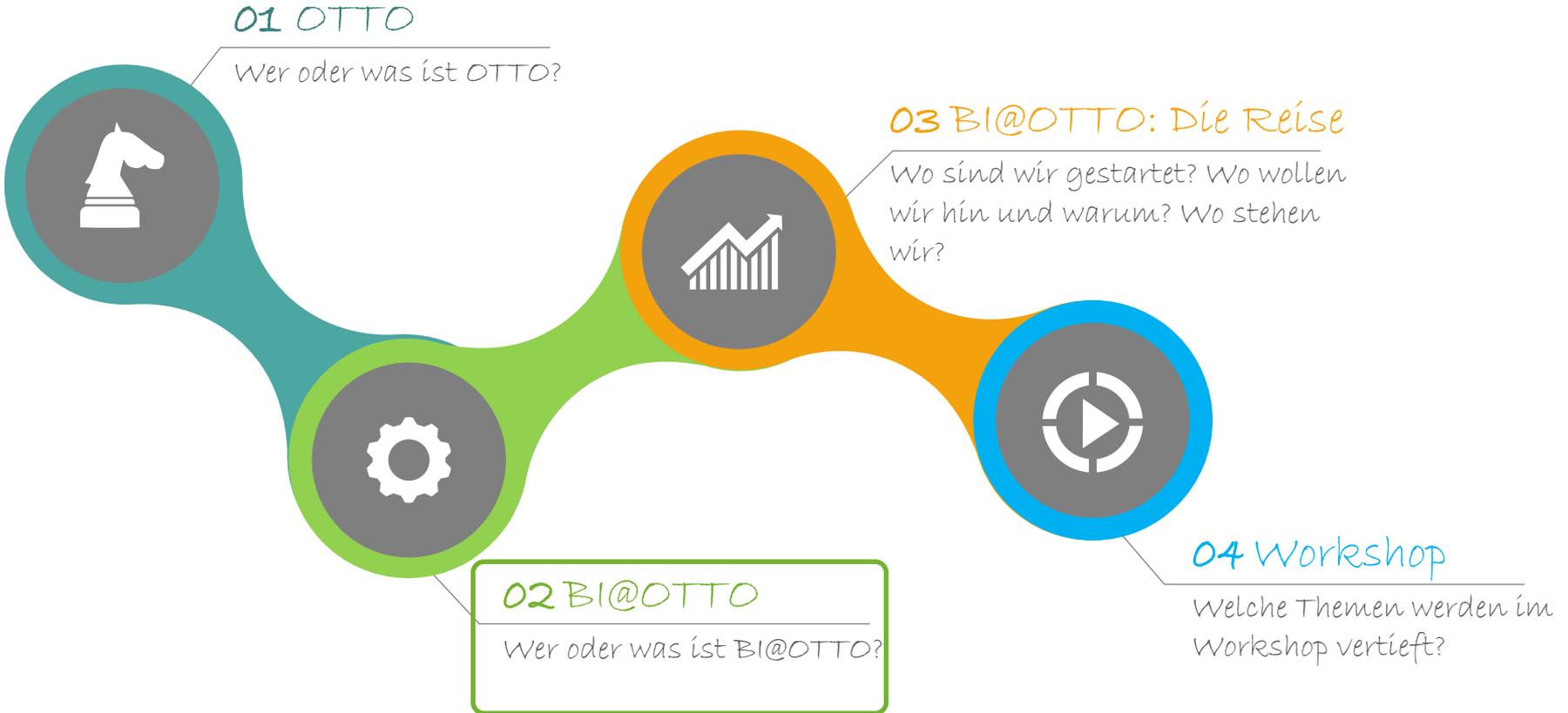


Ab 1995:  
Verstärkter Ausbau zum Multichannel-Händler  
  
otto.de geht online

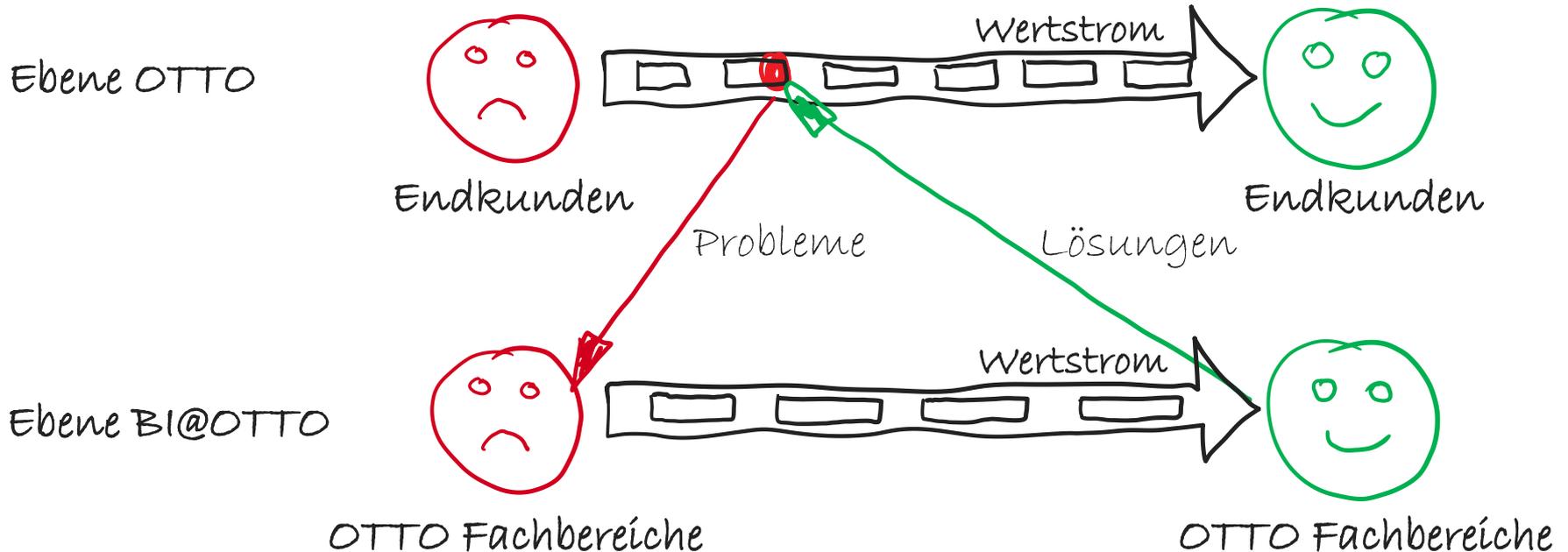


Heute:  
OTTO ist Treiber im Onlinehandel, das Unternehmen nutzt neueste Technologien und gestaltet den Markt aktiv mit

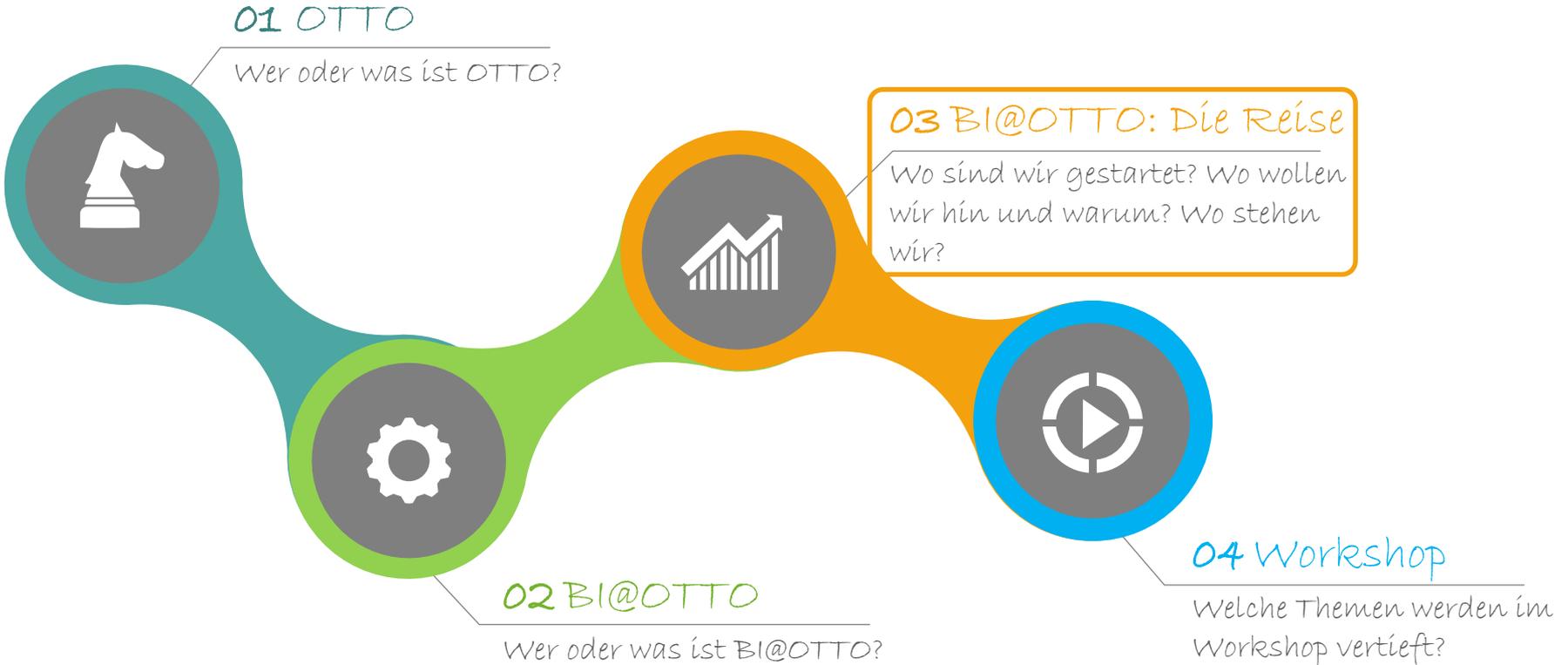
# Das Logbuch: Station 2



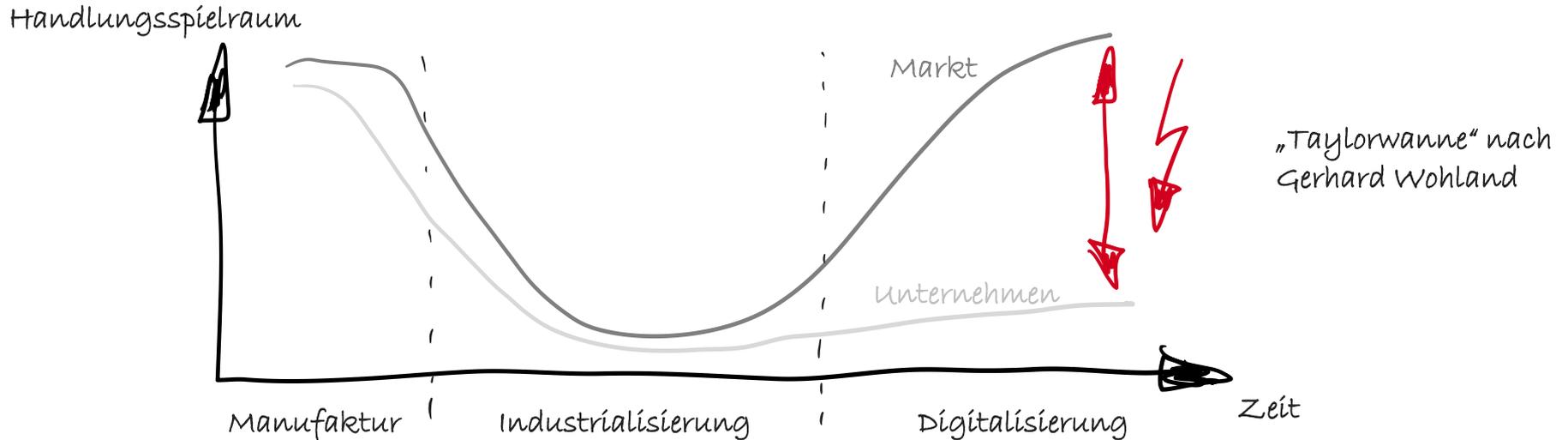
# Die Identität von BI@OTTO besteht darin, Problemlöser im Kontext Entscheidungen zu sein



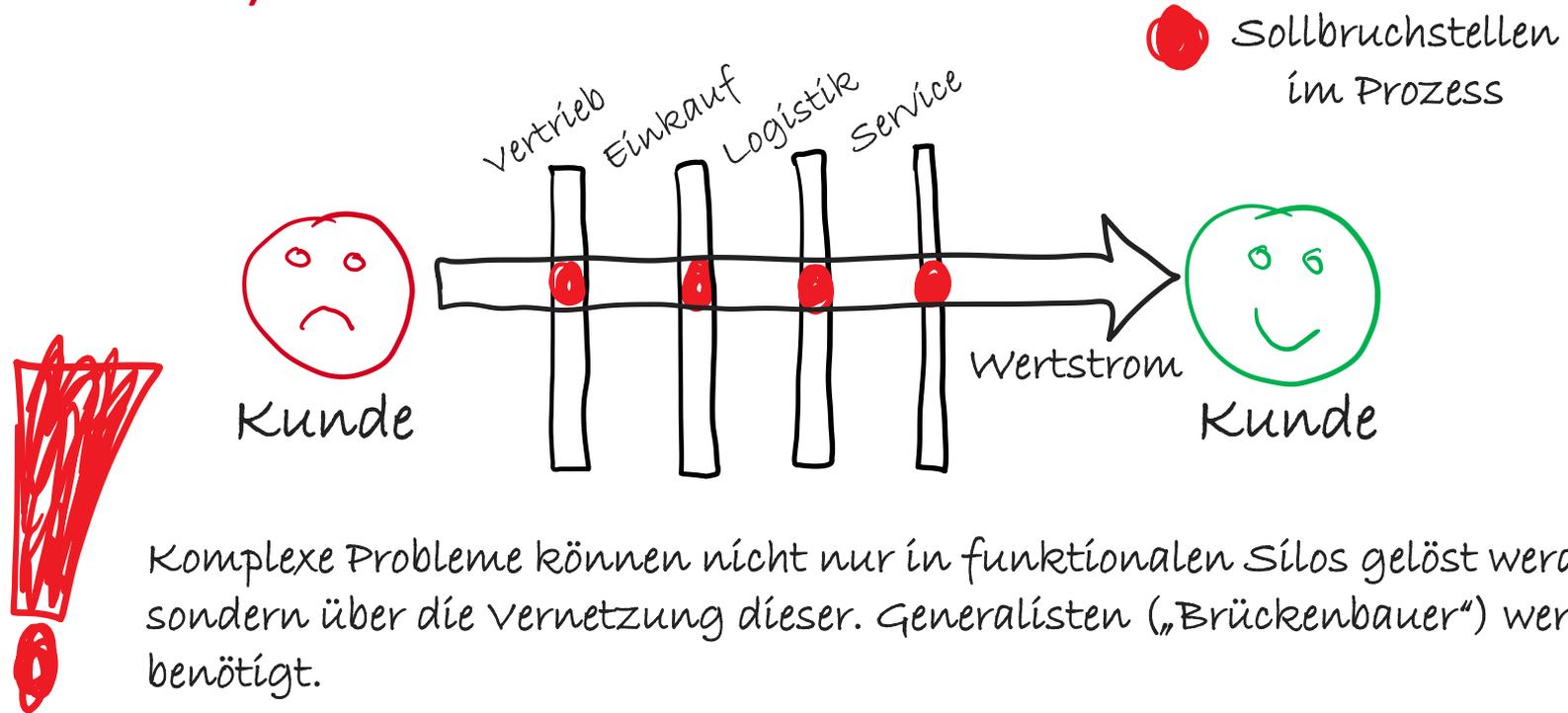
# Das Logbuch: Station 3



# Taylorismus: Unsere Strukturen in den Unternehmen stammen aus einer Effizienzwelt, nun ist Effektivität gefragt.

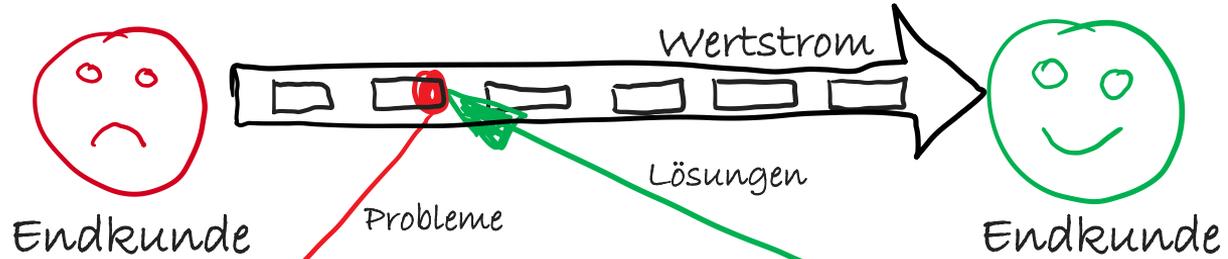


# Unsere Strukturen in Unternehmen basieren auf dem Denkrahmen der Effizienz (► Ausrichtung nach Innen).

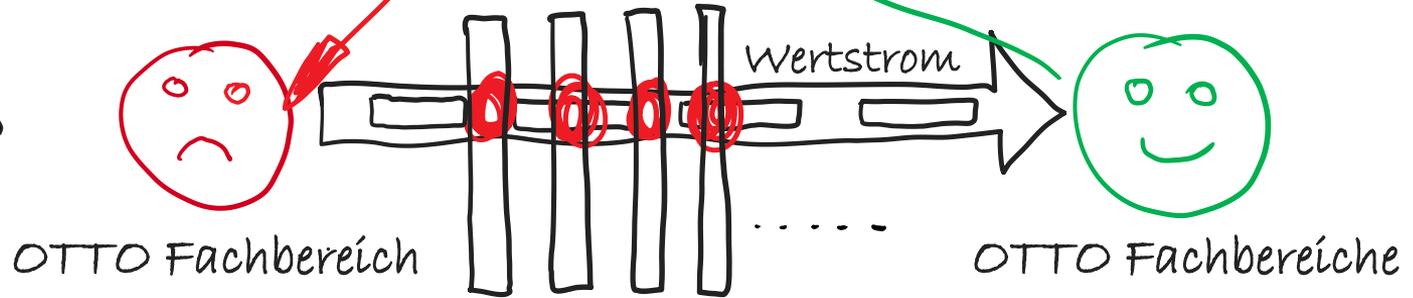


# Mit welcher Struktur sind wir bei BI@OTTO gestartet und welche Probleme zogen diese nach sich?

Ebene OTTO



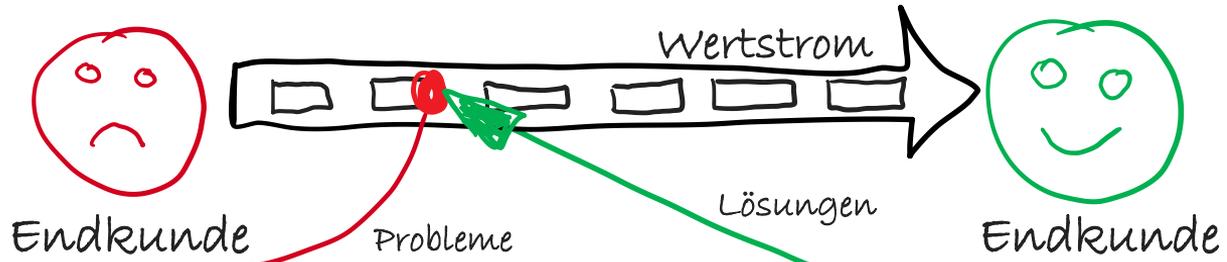
Ebene BI@OTTO



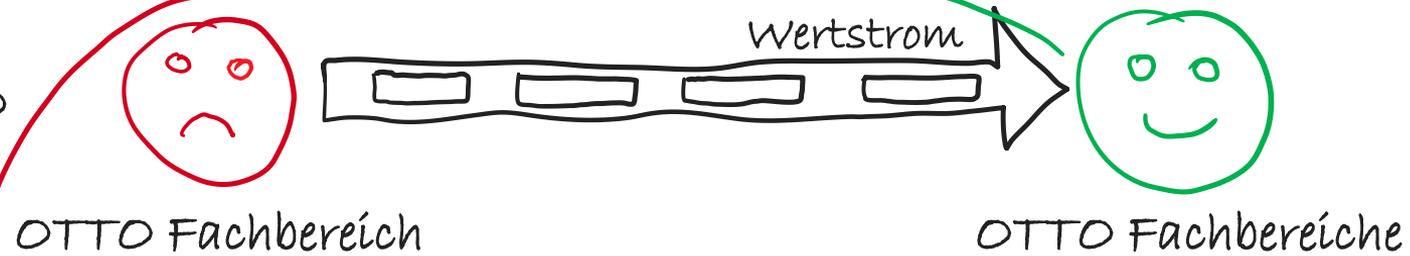
Sollbruchstellen

# Für unsere Probleme waren Projekte keine Lösung.

Ebene OTTO



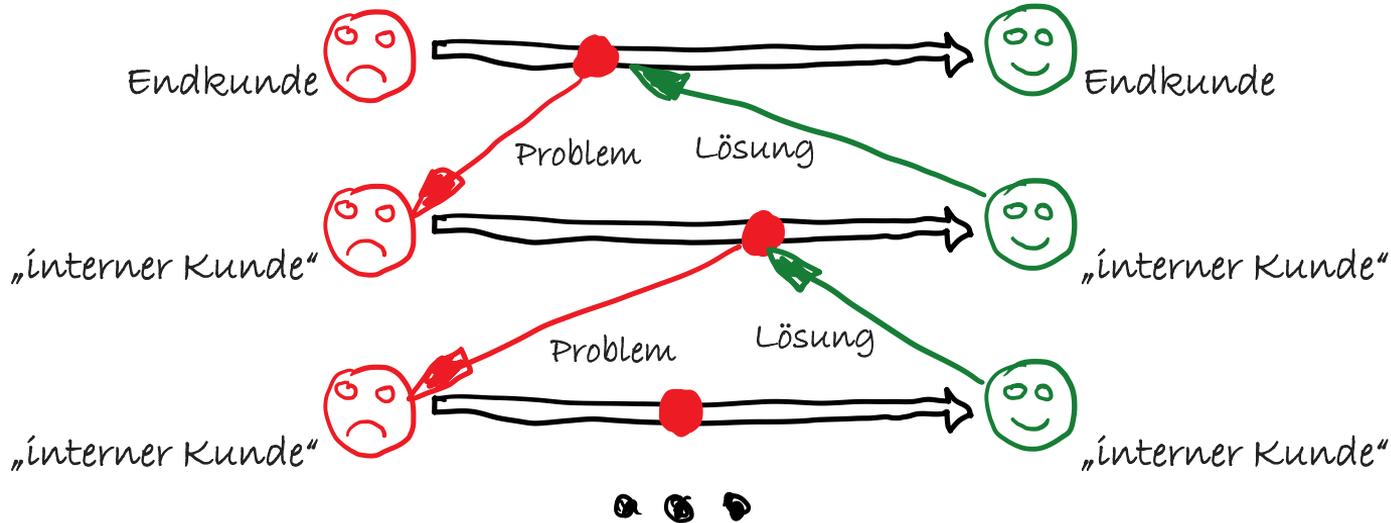
Ebene BI@OTTO



- 1. Viel Aufwand in der Anbahnung ohne Wert.
- 2. Fehlende ganzheitliche Betreuung unserer „Kunden“ im Kontext unserer Lösungen.
- 3. Nachlässigkeit bei der Erstellung der Lösungen im Kontext Qualität.



# Die Lösung war eine konsequente Ausrichtung auf Wertströme.

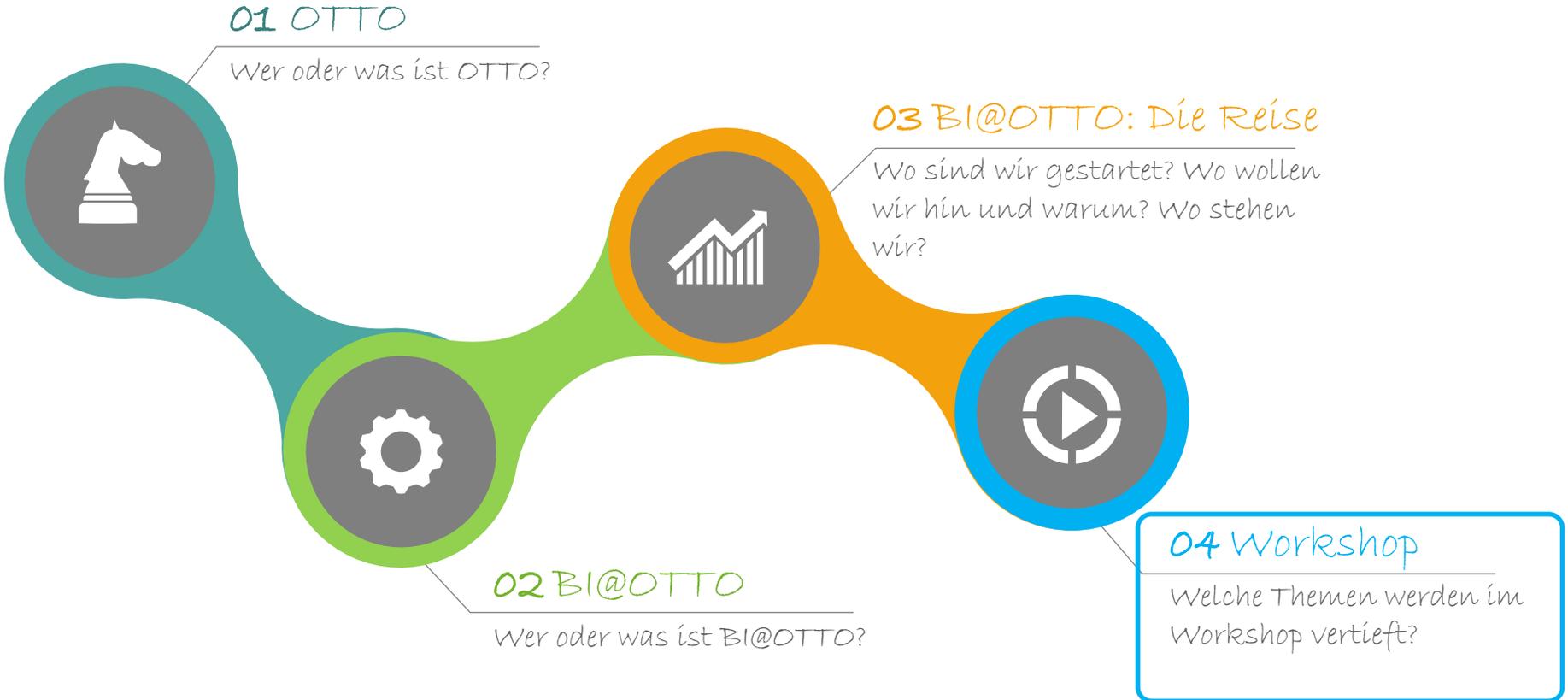


1. Ohne „Kunde“ kein Problem!
2. Ohne Problem keine Lösung!
3. Ohne Lösung kein Produkt!



Produkte stellen Lösungen für Probleme dar und erzeugen deshalb einen Nutzen für den „Kunden“

# Das Logbuch: Station 4



Diese 3 Thesen sollten Sie in einem Jahr von diesem Vortrag noch mindestens wissen.

1. Wie nutzen wir das Konstrukt der Wertströme, um bei BI@OTTO Wert zu generieren?
2. Wie helfen dabei die beiden Denkrahmen Viable System Model (VSM) von Stafford Beer und Theory of Constraints (TOC) von Eliyahu Goldratt?
3. Welche Aufgabe und Verantwortung kommt Führung in diesem Kontext zu? Wie und warum sollte Führung spezifischer und dedizierter betrachtet werden?

# Danke für Ihre Aufmerksamkeit



<http://blog-conny-dethloff.de/>

<http://www.unternehmensdemokraten.de/blog/>

<http://www.lean-knowledge-base.de/>



<https://www.facebook.com/profile.php?id=100005443939448>



[http://www.xing.com/profile/Conny\\_Dethloff](http://www.xing.com/profile/Conny_Dethloff)



<https://twitter.com/condet020274>



<http://de.linkedin.com/pub/conny-dethloff/42/b09/6b9>



<https://www.youtube.com/channel/UCmCmAtPBq8Rt4AN0tYPh6KA>

Conny Dethloff



**Bereichsleiter Agile Product and  
Datamanagement**

Telefon: +49 40 64614208

Mobil: +49 151 171 53115

Mail: [conny.dethloff@otto.de](mailto:conny.dethloff@otto.de)

