



# QM Stream: Business-to-Business als wesentlicher Bestandteil des PM

Poster Session 5.I Foyer 5c - 0039 (optional Vortrag 5.F Q4)

Referent:

Thomas M. Duda  
Airbus Defence & Space  
Willy-Messerschmitt-Straße 1  
85521 Ottobrunn  
Thomas.Duda@airbus.com



## Inhalte

1. Einführung
2. Definition
3. Ausprägung und Ergebnisse
4. Ausblick





DEUTSCHER LUFT- UND RAUMFAHRTKONGRESS

2015

22. - 24. September 2015 - Rostock

"Luft- und Raumfahrt - Leuchtturm der Innovation"

QM-Stream: Poster Session 5.I Foyer 5c - 0039 (optional Vortrag 5.F Q4)  
Thema: Business-to-Business als wesentlicher Bestandteil des PM  
Referent: Thomas M. Duda  
Co-Referent: Arbeitsgruppe 4 Mitglieder



# 1. Einführung

## AG 4 "B2B" der DGLR / GPM Fachgruppe Projektmanagement in Luft- und Raumfahrt

### Motivation:

- Zielführende Kundenorientierung
- Aktiver Austausch von Expertisen und Erfahrungen in der Branche, zwischen OEMs, KMUs und Partner
- Aufbereitung und Weiterentwicklung des Themas
- Identifizierung und Präzisierung der Inhalte
- Empfehlungen und Best Practice



Unter Mitwirkung von:



DEUTSCHER LUFT- UND RAUMFAHRTKONGRESS

2015

22. - 24. September 2015 - Rostock

"Luft- und Raumfahrt - Leuchtturm der Innovation"

QM-Stream: Poster Session 5.I Foyer 5c - 0039 (optional Vortrag 5.F Q4)  
Thema: Business-to-Business als wesentlicher Bestandteil des PM  
Referent: Thomas M. Duda  
Co-Referent: Arbeitsgruppe 4 Mitglieder

Nachhaltigkeit

Strategie

Sicherung des KnowHows

Markt & Kunde

Wertschöpfungskette

Risk Sharing

Partnerschaften

Mission



Unter Mitwirkung von:





## 2. Definition von Business-to-Business (B2B)

*"Übliche Form des Marktes, bei der das Angebot und die Leistungserstellung von Unternehmen an Unternehmen erfolgen. Der Begriff Business-to-Business-Markt dient zur Abgrenzung derjenigen Marktbereiche, in die häufig der E-Commerce eingeteilt wird, um die jeweils spezifischen Gestaltungsparameter zu identifizieren."*

(Quelle: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/business-to-business-markt.html>)

*"Die Bezeichnung business-to-business (Abkürzungen: B2B oder B-to-B) wird allgemein für Beziehungen zwischen mindestens zwei Unternehmen benutzt - im Gegensatz zu Beziehungen zwischen Unternehmen und anderen Gruppen, wie z. B. Konsumenten (Business-to-Consumer), also Privatpersonen als Kunden, Mitarbeitern oder der öffentlichen Verwaltung."*

(Quelle: <https://de.wikipedia.org/wiki/Business-to-business>)

Unter Mitwirkung von:



## 3. Ausprägung und Ergebnisse

### Partnerschaften

- Fairness
- Nachhaltigkeit
- Ethik und Compliance
- Intellectual Property Rights (IPRs)
- Rolle im Verbund
- UAN / KMU Management
- Kontinuität und Verlässlichkeit



Unter Mitwirkung von:





### 3. Ausprägung und Ergebnisse

#### Partnerschaften

##### Vorteile:

- Flexibilität
- Splitten der Wertschöpfung
- Effiziente Kompetenzallokation
- Risikominimierung

##### Mögliche Effekte:

- Überstülpen der Prozesse auf den kleineren Partner
- Sich ergebende Abhängigkeiten
- Machtposition des größeren Partners

##### Resümee:

→ Coaching statt Controlling



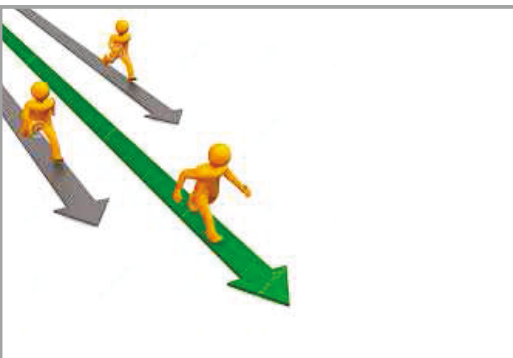
Unter Mitwirkung von:



### 3. Ausprägung und Ergebnisse

#### Strategie

- Wettbewerbsfähigkeit
- Erhalt der Systemfähigkeit
- Risk Sharing
- Sicherung / Bindung von Technologien
- Steigerung der Technologien
- Komparativer Wettbewerbsvorteil
- Langfristige Geschäftsabsicherung
- Erhöhter Nutzen für den Endkunden



Unter Mitwirkung von:







### 3. Ausprägung und Ergebnisse

#### Strategie

##### Vorteile:

- Technologie- und Marktführerschaft
- Fokussierung auf Kernkompetenzen
- Breitbandiges Nutzen von verfügbarem KnowHow
- Langfristige Absicherung der Geschäftsgrundlage
- Bindung des Kunden

##### Mögliche Effekte:

- Verdrängungswettbewerb
- Einengung als Folge von Qualifikation und Zulassungskriterien
- Abhängigkeit infolge der Partnerbindung

##### Resumee:

➔ Strategie mit Weitblick und Optionen

Unter Mitwirkung von:



### 3. Ausprägung und Ergebnisse

#### Risk Sharing

- Strategische Notwendigkeit
- Zusammenlegung diverser Fähigkeiten zu einem Produkt / System
- Synergieeffekte
- Risikoverteilung
- Offenhalten von Kaufoptionen
- Vorleistungen beim Partner, Zulieferer
- Teilhabersicherung
- Abwägung von Cash Flow und Marge
- Exklusivitätseffekt
- Anti trust - Problematik
- Anti corruption - Problematik

Unter Mitwirkung von:





### 3. Ausprägung und Ergebnisse

#### Risk Sharing

##### Vorteile:

- Sicherung der Marktpräsenz und Marktanteile
- Exklusivitätsregel
- Konzentration auf die Kernkompetenzen des jeweiligen Partners
- Gemeinsame Chance, ein hochtechnologisches Produkt auf den Markt zu bringen

##### Mögliche Effekte:

- Wirtschaftliches Restrisiko
- Abhängigkeiten
- Mithaftung
- Verantwortlichkeiten

##### Resumee:

→ Haftungsbegrenzung im Vertrag, mit exakten Definitionen

Unter Mitwirkung von:



### 3. Ausprägung und Ergebnisse

#### Nachhaltigkeit

- Dokumentation und Archivierung
- KnowHow-Sicherung
- Lessons learned und best practice
- Einhalten von Standards, Normen und gesetzlichen Auflagen
- Verfügbarkeit und Versorgungbarkeit
- Wiederverwertbarkeit, Rückbaufähigkeit, Recyclingfähigkeit
- Elementarer Bestandteil der Firmenphilosophie



Unter Mitwirkung von:





### 3. Ausprägung und Ergebnisse

#### Nachhaltigkeit

##### Vorteile:

- Langfristige Absicherung der Geschäftsgrundlage
- Wettbewerbsvorteil
- Höhere Akzeptanz auf dem Markt

##### Mögliche Effekte:

- Erfordert Investitionen
- Erfordert kontinuierliche Aktivitäten
- Einschränkung der Geschäftsfreiheiten

##### Resumee:

→ Langfristige Strategie über die operative Planung hinaus



Unter Mitwirkung von:



### 3. Ausprägung und Ergebnisse

#### Markt & Kunde

- Marktkenntnis:
  - Marktumfeld
  - Stakeholder
  - Markttrends
  - ...
- Kundenkenntnis:
  - politisches Umfeld
  - Kundengruppen, Einzelkunden, Arten von Kunden
  - Kundenforderungen und -erwartungen
  - Spezifikation
  - Kundenkonstellation
- Vorgehensweise:
  - Kommunikationsmatrix
  - Finanzierung



Unter Mitwirkung von:







### 3. Ausprägung und Ergebnisse

#### Markt & Kunde

##### Vorteile:

- Sicherung und Ausbau der Marktanteile
- Zielgerichtete Reaktion auf Kundenbedürfnisse
- Time to Market / State of the art
- Markt zusammen mit dem Kunden entwickeln

##### Mögliche Effekte:

- Schnittstellenmanagement (→ hoher Aufwand)
- Ressourcenbindung
- Erfordert Kontinuität in der Marktbeobachtung
- Erfordert Risikobereitschaft und hohe Flexibilität

##### Resumee:

- Optimierte Kunden- / Marktanforderungserfüllung
- Offenheit für neue Technologien außerhalb des eigentlichen Kerngeschäftes

Unter Mitwirkung von:



### 3. Ausprägung und Ergebnisse

#### Wertschöpfungskette

- Make or buy - Entscheidung
- Verlängerte Werkbank
- Supply Chain Management
- als Teil der Prozessoptimierung
- Optimierung der Finanzströme
- Reduzierung der Entwicklungszyklen
- Gezielter Invest
- Agile Produktentwicklung



Unter Mitwirkung von:







### 3. Ausprägung und Ergebnisse

#### Wertschöpfungskette

##### Vorteile:

- Best in breed
- Wettbewerbsvorteil
- Implizierter Kostenvorteil

##### Mögliche Effekte:

- Fokussierung auf Kernkompetenzen
- Gegenseitige Beeinflussung von Systemführer und Supplier

##### Resumee:

- ➔ Rechtzeitige und Produktorientierte Kooperation der Partner, inkl. Koordination und Management
- ➔ Zerlegung des Gesamtprozesses in einzelne Teilprozesse

Unter Mitwirkung von:



### 3. Ausprägung und Ergebnisse

#### Sicherung des KnowHows

- Intellectual Property Rights (IPRs)
  - Patente
  - Markenschutz
  - Copyright
  - Lizenzierung
  - Datensicherheit (Schutz vor unerlaubtem Zugriff)
  - Mitarbeiterschulung und -sensibilisierung
- Wissensmanagement
  - Lessons learned / best practice
  - Personalmanagement
  - KnowHow-Sicherung und KnowHow-Transfer
  - Kompetenz-Mapping
- Informationsmanagement
  - Dokumentenmanagement
  - Datenhaltung / Datensicherung
  - Archivierung

Unter Mitwirkung von:





### 3. Ausprägung und Ergebnisse

#### Sicherung des KnowHows

##### Vorteile:

- Breitbandiger Ideenpool
- Wettbewerbsvorsprung
- Sicherung von Marktanteilen
- Begehrter Partner für andere
- Generierung von kundenspezifischen Lösungen



##### Mögliche Effekte:

- Kontinuierlicher, hoher Aufwand
- Erfordert spezifische Personalkompetenzen ("Skills")
- Erfordert Infrastrukturmaßnahmen
- Verhältnis von Aufwand und Nutzen zueinander nicht immer messbar
- Tatsächlicher Bedarf stellt sich erst später heraus (v.a. Versäumnisse)

##### Resumee:

- Geeignete Präventiv- und bei Bedarf Korrekturmaßnahmen etablieren

Unter Mitwirkung von:



### 4. Ausblick

#### → B2B weiterhin wichtiges Element von Geschäftsbeziehungen

- Branchenunabhängig
- Unabhängig von der Größe der Partner
- Zur Absicherung der Geschäftsgrundlage
- Kooperations- und Imagefördernd
- Global, national, lokal umsetzbar



Unter Mitwirkung von:





## 4. Ausblick

### Mitgliedergewinnung

- (neue) Interessensgebiete
- Weitere Ziele und Inhalte
- Erfahrungen anderer Firmen und Institutionen aus dem Bereich L&R
- Förderung des B2B im PM
- B2B als Teil von PM in Forschung und Lehre
- Rahmenbedingungen für B2B als Bestandteil von PM in L&R
- Networking
- Bündelung der Aktivitäten

Unter Mitwirkung von:



### Team AG4 "B2B":

- Thomas M. Duda (Airbus)
- Joachim Barsch (Airbus)
- Heinz-Hermann Müller (Airbus)
- Ingolf Popel (Kappa optronics)
- Claudius Lyn (Lyn & Partner)
- Josse Renaud (PWC)
- Dr. Stephan Scheidler (IABG)

Unter Mitwirkung von:





DEUTSCHER LUFT- UND  
RAUMFAHRTKONGRESS

22. - 24. September 2015 - Rostock

"Luft- und Raumfahrt - Leuchtturm der Innovation"



QM-Stream: Poster Session 5.I Foyer 5c - 0039 (optional Vortrag 5.F Q4)  
Thema: Business-to-Business als wesentlicher Bestandteil des PM  
Referent: Thomas M. Duda  
Co-Referent: Arbeitsgruppe 4 Mitglieder

**Kontakt:**

**Thomas M. Duda**  
**Airbus Defence & Space**  
**Willy-Messerschmitt-Straße 1**  
**85521 Ottobrunn**  
**Thomas.Duda@airbus.com**  
**Germany**

**VIELEN DANK FÜR IHRE  
AUFMERKSAMKEIT**