

Konzernbetriebsrat Deutsche Telekom

Der Business Finder Wettbewerb bei der Deutschen Telekom

Aus Ideen der Mitarbeiter wird Beschäftigung

Bremen, 05. April 2005

Wilhelm Wegner
Vorsitzender KBR/GBR
Deutsche Telekom



Agenda

- Das Projekt Business-Finder
- Die Ziele des Business-Finder-Wettbewerbs im Detail
- Der Business-Finder-Wettbewerb in der aktiven Phase
- Umsetzung und nächste Schritte
- Die Sieger

Das Projekt Business Finder



vivento

Aus Ideen werden Jobs

Der Business-Finder-Wettbewerb ist ein Bottom-Up-Ansatz zur Generierung neuer Geschäftsideen

Zielsetzung Vivento

Systematisches
Kapazitätsmanagement
(insbes. Wochen-
arbeitszeit, Abfindung)

Individualvermittlung

Aufbau neuer Geschäfte

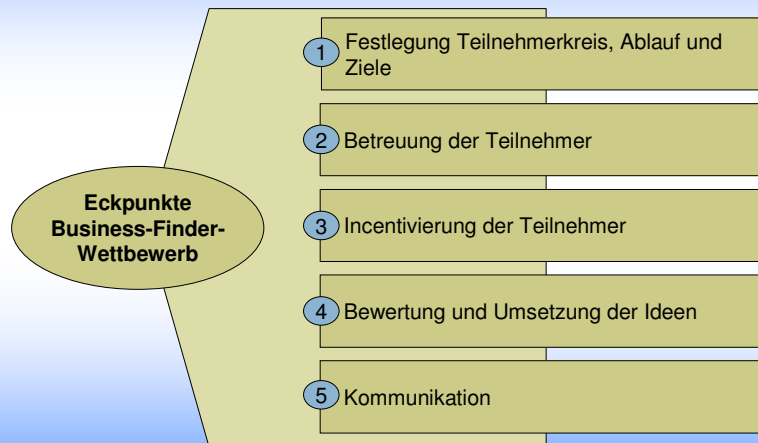
Top Down

Systematische Top Down Identifikation und
Evaluierung möglicher Geschäftsmodelle unter
Berücksichtigung bestehender Ressourcen

Bottom Up

Business Finder Wettbewerb zur Generierung
realisierbarer Geschäftsideen

Die Eckpunkte des Business-Finder-Wettbewerbs



Der Business Finder und das betriebliche Vorschlagswesen unterscheiden sich deutlich

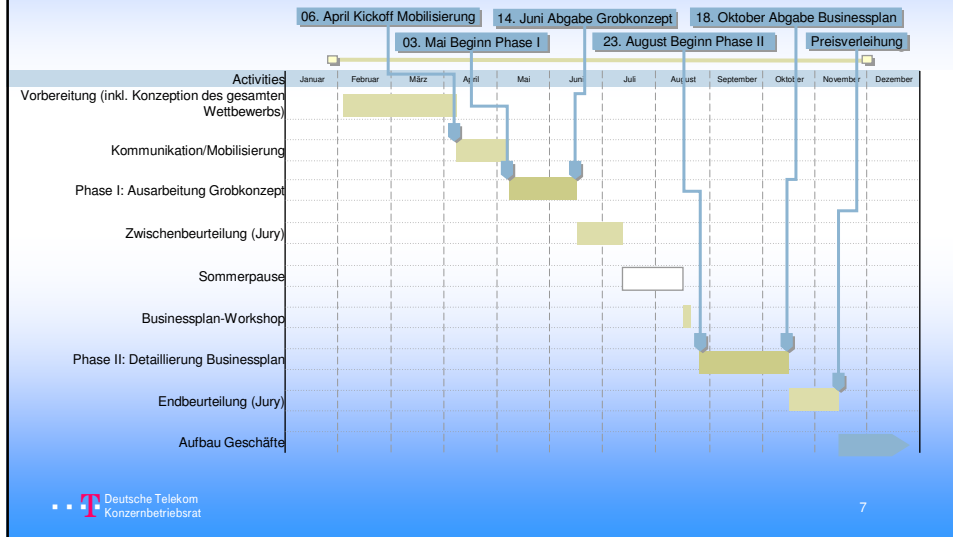
"Business Finder" Wettbewerb

- Ziel: Ausarbeitung von Geschäftskonzepten zur Generierung von Beschäftigung
 - Ausgearbeitetes Geschäftskonzept
 - Tendenziell außerhalb des Kerngeschäfts
- Teilnahme völlig unabhängig vom Betriebsgeschehen, motiviert durch Preisgeld und Anerkennung

Betriebliches Vorschlagswesen

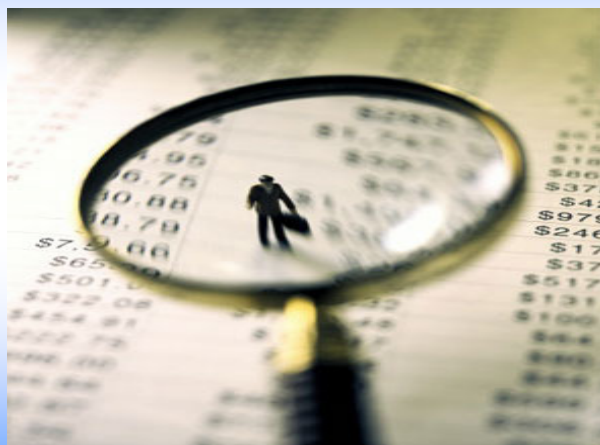
- Ziel: Einbringen von Verbesserungsvorschlägen
 - Verbesserung eines vorhandenen Zustandes (z.B. Optimierung eines Prozesses)
 - Unmittelbarer Zusammenhang zum bestehenden Geschäft
 - Motivation und Anstoß zur Teilnahme stehen in engem Zusammenhang zum Betriebsgeschehen

Der Business Finder Wettbewerb besteht aus zwei Phasen



7

Die Ziele des Wettbewerbs im Detail

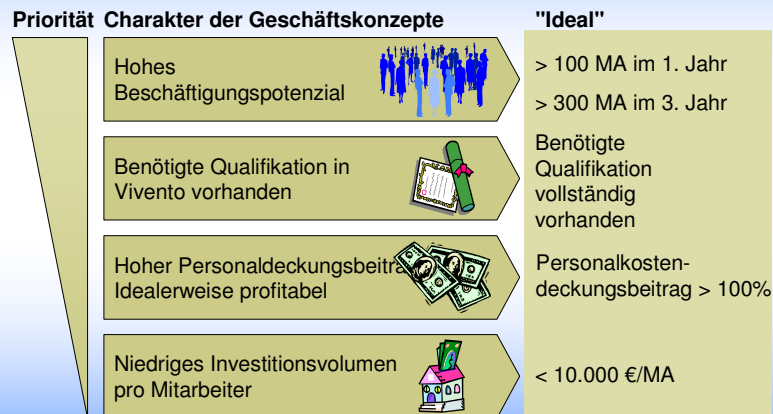


vivento

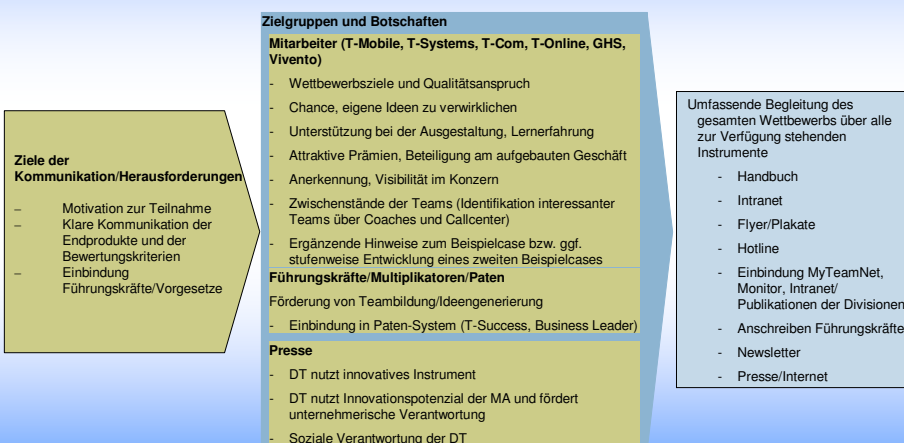
Deutsche Telekom Konzernbetriebsrat

8

Generierung von Geschäftskonzepten mit hohem Beschäftigungspotenzial



Der Wettbewerb wird kommunikativ umfassend begleitet

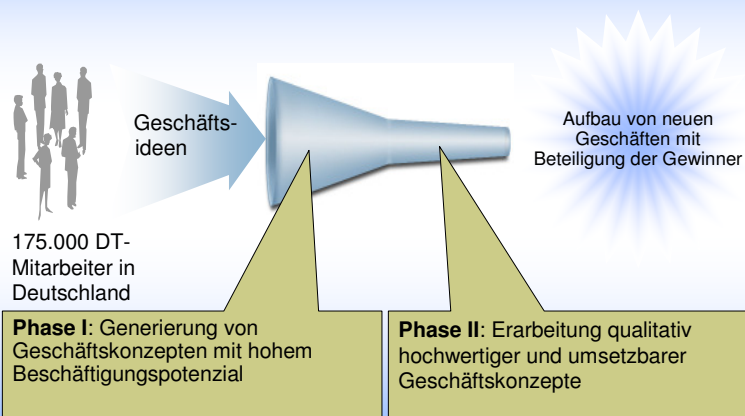


Der Business Finder-Wettbewerb in der aktiven Phase

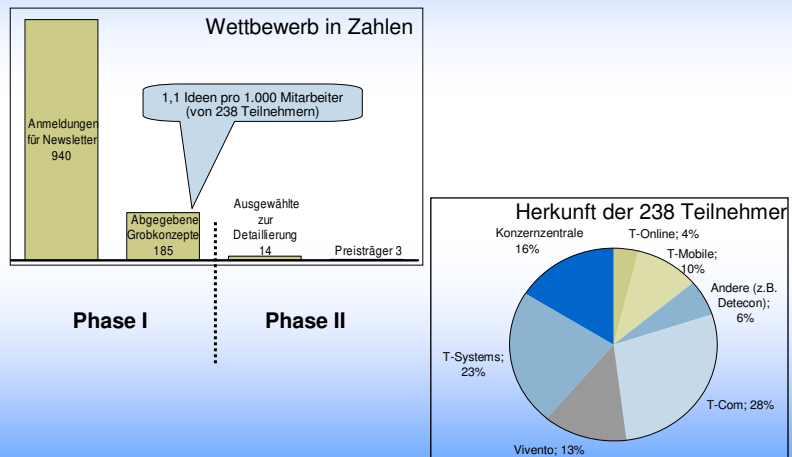


vivento

Business Finder 2004: Hohe Beteiligung aus allen Konzerneinheiten (1/2)



Business Finder 2004: Hohe Beteiligung aus allen Konzerneinheiten (2/2)



Umsetzung und nächste Schritte



vivento

Anspruchsniveau Vivento Businessplan Ausprägung der zehn Elemente (1/2)

Businessplanelemente	Mindestanforderung Vivento-Business-Finder	„Idealer“ Businessplan
Executive Summary	– Kurzer und prägnanter Überblick über alle Elemente des Businessplans mit den wichtigsten Kennzahlen	– Interessanter Überblick über das Geschäft, der nicht nur umfassend informiert, sondern den Leser fesselt
Dienstleistung/Produkt	– Detaillierte Beschreibung der Dienstleistung/des Produkts – Klare Darstellung des Kundennutzens	– Umfassende Darstellung des Produktportfolios mit Features und Serviceangebot
Markt und Wettbewerb	– Marktabschätzung – Analyse des Wettbewerbsumfelds (Hauptspieler, Wettbewerbsstruktur)	– Verprobung der Marktannahmen durch eigene Marktforschung/ Kundeninterviews
Marketing und Markteintritt	– Beschreibung eines umfassenden Marketingkonzepts entlang der 4 Ps – Darstellung Markteintrittsstrategie	– Detailliertes Vertriebskonzept mit Zeitansätzen und ggf. Provisionsmodell – Verprobung des Marketingkonzepts durch Interviews
Geschäftssystem und Organisation	– Beschreibung des Geschäftssystems, insb. detaillierte Beschreibung der Leistungserbringung – Darstellung der wesentlichen Organisationseinheiten	– Erläuterung make or buy Entscheidung – Darstellung Partnerschaftskonzept entlang des Geschäftssystems mit Dokumentation entsprechender Vereinbarungen bzw. LOIs

Anspruchsniveau Vivento Businessplan Ausprägung der zehn Elemente (2/2)

Businessplanelemente	Mindestanforderung Vivento-Business-Finder	„Ideal“ Businessplan
Ressourcenbedarf/ Beschäftigungspotenzial	– Beschreibung des Ressourcenbedarfs – Personalplanung mit Beschreibung der erforderlichen Qualifikationen	– Skalierbarkeit der Ressourcen – Abgleich Ressourcenbedarf mit Vivento Angebot – Mitarbeitermotivationskonzept
Ergebnisrechnung	– Detaillierte Ergebnisrechnung für die ersten 3 Geschäftsjahre (Template) – Dokumentation der Kernannahmen	
Chancen und Risiken	– Qualitative Beschreibung der Chancen und Risiken	– Quantifizierung der Chancen und Risiken durch Szenariorechnung
Implementierungsplanung	– Darstellung der Hauptmeilensteine und Aktivitäten auf einem Gantt-Chart	– Zuordnung der Aktivitäten zu Bereichen – Dokumentation von kritischen Vorvereinbarungen anhand von LOIs, etc.
Managementteam	– Beschreibung der Managementpositionen und erforderlicher Qualifikationen	– Besetzungsvorschläge für des Managementpositionen der ersten Ebene

Umfang des Businessplans ca. 20 Seiten zuzüglich Schaubilder und Tabellen im Anhang

Die Businesspläne werden durch eine hochkarätige Jury bewertet

Jurymitglieder

Hr. Heilmann, Ressortleiter Unternehmen und Märkte Handelsblatt
 Dr. Meffert, Director bei McKinsey & Company
 Hr. Schläffer, Leiter Konzernentwicklung DTAG
 Hr. Schröder, Vertreter ver.di
 Dr. Walter, Leiter Finanzen und Business Development Vivento
 Hr. Wegner, Vorsitzender des Konzernbetriebsrates
 Prof. Witt, Professor für Wirtschaftswissenschaften WHU

Bewertungskriterien der Jury

Hauptkriterien	Jury
Gesamteindruck	<ul style="list-style-type: none"> - Geschäftsidee (Originalität, Wecken von Interesse) - Bearbeitung (Vollständigkeit, Qualität der Ausarbeitung)
Markt- & Potentialanalyse	<ul style="list-style-type: none"> - Produkt/Dienstleistung - Beschreibung/Verständlichkeit - Kundennutzen/USP - Abgrenzbarkeit/Competitive Advantage - Marketing/Markteintritt - Adressierung 4 P (Produkt, Preis, Platzierung, Promotion) - Geschäftssystem - 1. Jahr - 3. Jahr - Geschäft mit vorhandenen TMA-Qualifikation realisierbar - NPV* und/oder Operatives Ergebnis** - Liquiditätsplanung - Deckungsbeitrag/Mitarbeiter (Basis: Personalkostenvorgabe) - Chancen/Risiken - Implementierungsplanung - Management/Teamqualifikationen
Beschäftigungspotential	<ul style="list-style-type: none"> - Markt/Wettbewerb - Marktgröße/-wachstum - Adressierbarer Markt - Marktcharakteristika (z.B. Fragmentierung) - Beschreibung der Hauptwettbewerber
Ergebnispotential	
Umsetzungspotential	

* 5 Jahre zzgl. Terminal Value mit fester Wachstumsrate ** Im 3. Jahr *** Grobe Ausarbeitung

Alle guten Ideen werden umgesetzt. Vorgehen mit Ideen/Umsetzungsoptionen.



Business Finder Sieger werden in 2005 umgesetzt Beschäftigungspotenzial: Über 800 Vivento- Transfermitarbeiter im 3. Geschäftsjahr

13 Konzepte in Phase II	1. Platz: „Vivento Digital Services“	<ul style="list-style-type: none"> – Scan- und Archivierungsleistungen für Rechnungen, Schriftverkehr und (Personal-) Akten – Erfassung der Dokumente über zwei Wege: <ul style="list-style-type: none"> – "Frühes Scannen" mit Schrifterkennung und Integration in den Workflow – „Spätes Scannen“ mittels Archivierung auf CD/in Archivdatenbank 	Beschäftigungspotenzial Im 3. Geschäftsjahr: > 800 Transfermitarbeiter
	2. Platz: „Vertixx“	<ul style="list-style-type: none"> – Umfassender Service zur Veräußerung von Restbeständen, Insolvenzwaren oder hochwertigen Gebrauchtgütern von Unternehmen auf Online-Plattformen – Zielgruppe sind Privat- und Geschäftskunden 	
	3. Platz: „Kindie Academy“	<ul style="list-style-type: none"> – Pädagogisch anspruchsvolle Kleinkind-Betreuung mit langen Öffnungszeiten – Pilotierung an personalintensiven Konzernstandorten 	
	Weitere Plätze	– Weiterverfolgung der umsetzungsfähigen Konzepte	

Konzernbetriebsrat Deutsche Telekom



Vielen Dank!

Wilhelm Wegner
Vorsitzender KBR/GBR
Deutsche Telekom