

KMU zeigen beste Bedingungen für die digitale Transformation

Die technologischen Möglichkeiten zur Digitalisierung scheinen endlos. Für eine Erfolg bringende Transformation reichen Technik und Investitionen aber nicht aus. Wichtiger sind die Vorgehensweise und strategische Zielsetzung. Viele KMU haben noch nicht realisiert, dass sie die besten Voraussetzungen für einen nachhaltigen Wandel bereits mitbringen.

Peter Stampfli
Managing Director
Callista



Druck, erläutert Stampfli: «Viele Betriebe werden vom unternehmerischen Umfeld, dem Verwaltungsrat oder Eigentümern dazu gedrängt, etwas in Bewegung zu setzen.» Die Herausforderung dabei besteht darin, dass oftmals noch Ängste bezüglich der anzustossenden Veränderungen existieren. In anderen Worten: Die technologischen Möglichkeiten sind vorhanden. Die Wegbereitung mit Fokus und Ziel ist die eigentliche Problematik.

Dr. Roland Pieringer
Managing Director
Callista



Digitalisierung nicht um ihrer selbst willen
Die digitale Transformation ist kein Selbstzweck, sondern ein Weg, festgesteckte und messbare Ziele zu erreichen. Ist der Startschuss erst einmal gefallen, darf der Wandel nicht ins Blaue weitergeführt werden. Eine klare Strategie muss den Pfad nach vorne skizzieren, damit man sich nicht verzettelt und in Kostenfallen gerät. Um Prozesse gut abzubilden und die Digitalisierung voranzutreiben, ist ein sehr gutes Markt- und Kundenverständnis vonnöten. Darin liegt jedoch laut Stampfli genau der Vorteil der KMU: «Diese Unternehmen halten weniger an formalisierten Prozessen fest und kennen ihre Kundschaft. Mit einem solchen Zugang zu Kundenbedürfnissen ist man

für die Transformation gut aufgestellt.» Mit dieser Voraussetzung kann man aus einer Position der Stärke Ziele definieren und die Digitalisierung durchdacht angehen.

Drei Faktoren zum Erfolg

Die Digitalisierung aus einer Position der Stärke zu verstehen, ist der grösste Trumpf der KMU im Wandel. Der Fokus auf das Kerngeschäft gepaart mit der Orientierung entlang der Kundenbedürfnisse ermöglichen eine Strategie, in der Kompetenzen gezielt vorangetrieben werden können. Es geht nicht darum, das nächste Google aufzubauen, sondern darum, die Dienstleistung in anderer, effizienterer Form an die Kundschaft zu bringen. Pieringer identifiziert die drei Erfolgsfaktoren einer produktiven Vorgehensweise: «Erstens muss das Thema von Führungskräften gewollt und getrieben werden. Zweitens gilt, neue Fähigkeiten aufzubauen, welche gegebenenfalls über einen Partner eingebracht werden können. Und drittens muss der Wandel nachhaltig im Unternehmen verankert werden.» Denn die Transformation ist kein abschliessender Prozess. Sie gelingt, wenn Strukturen und Prozesse agil

organisiert, Know-how-Transfer kompetenzbringend eingesetzt wird und das Verständnis breit integriert ist.

Daten und Softwarelösungen

Ohne Daten, keine Digitalisierung. Im Grunde genommen sind diese Informationen im Unternehmen ohnehin vorhanden. In der Transformation wird die Klarsicht über verfügbare Daten zum Knackpunkt. Man kommt nicht umhin, zu wissen, welche Datensätze man besitzt und diese zugänglich und vor allem nutzbar macht. «Dies lässt Automatisierungsschritte zu und bringt einen Mehrwert für die Kundschaft, die Produkte und die Entwicklung von Services», verdeutlicht Pieringer. In diesem Zusammenhang sind Software- und Cloud-Lösungen von Bedeutung. Letzteres bietet besondere Chancen wie Stampfli veranschaulicht: «Mit der Cloud kann man ohne grosse Vorleistungen und Investitionen experimentieren und schnell Erfahrungen sammeln.» So zeigt sich schnell und kostengünstig, welche Investitionen nötig und lohnend sein können.

Der digitale Wandel ist ein oft besprochenes, aber zuweilen missverständliches Thema. Zwischen transformierten Grossunternehmen können sich kleine und mittlere Betriebe schnell gezwungen fühlen, mitzuziehen. Dabei geht vergessen, dass sich die Digitalisierung nicht nur um Technologien dreht. Im Mittelpunkt steht nach wie vor, markt- und kundenorientierte Effizienz zu ermöglichen. In diesem Bereich bringen KMU bereits die nötige Basis mit sich. Ein Vorteil, wie Peter Stampfli und Roland Pieringer, Managing Directors des Dienstleisters für Beratung & Engineering Callista, finden: «Zudem gibt es bereits Erfahrungswerte und Best Practices, auf die man als KMU setzen kann.»

Alte neue Herausforderung der Transformation

Trotz dessen, dass die Digitalisierung kaum noch aus dem Unternehmensalltag wegzudenken ist, fehlt es oft an Verständnis. Was wollen die Betriebe erreichen? Was braucht es dazu? Und wo ergeben Digitalisierungsprojekte einen Sinn? «Sicherlich besteht auch Aufholbedarf darin, den Schritt von der Beantwortung solcher Fragen zur Setzung erster Akzente zu wagen», beobachtet Pieringer. Verkompliziert wird die Sache zusätzlich durch



Callista ist ein Schweizer Dienstleister für Beratung & Engineering mit Hauptsitz in Zug. Getreu ihrem Slogan «Driven by Excellence» unterstützen 75 Expert:innen Unternehmungen verschiedenster Branchen und Grössen in komplexen Digitalisierungs- und Transformationsprojekten inklusive Datenmanagement, Cloud und Softwarelösungen.

Melden Sie sich für ein unverbindliches Kennenlernen.

Weitere Informationen unter www.callista.ch

