

Link: <https://www.computerwoche.de/a/fuenf-erfolgsfaktoren-fuer-entscheider,3218313>

Digitale Transformation

Fünf Erfolgsfaktoren für Entscheider

Datum: 02.11.2015

Worauf kommt es bei der Digital Transformation wirklich an? Ich habe Firmen untersucht, die den digitalen Wandel erfolgreich meistern - und dabei fünf Top-Erfolgsfaktoren herauskristallisiert.

Sie sind branchen- und zum Teil auch größenunabhängig und daher aus meiner Sicht für jeden Entscheider wichtig.

Erfolgsfaktor 1: Die eigene Einstellung überprüfen

Die wichtigste Frage, die sich ein Entscheider stellen sollte, lautet: Wie überzeugt sind mein Managementteam und ich tatsächlich von der Notwendigkeit der Digitalen Transformation? Bei allen Unternehmen, die den digitalen Wandel gemeistert haben, war das Thema "echte" Chefsache. Wenn ein Unternehmer bereit ist, dabei etwas zu riskieren, hat dies eine ganz wichtige Konsequenz:

Er mobilisiert seine Mitarbeiter nachhaltig für die Veränderung. Sie spüren, wenn die eigene Führung sich mit Haut und Haaren der Veränderung und dem Risiko des Scheiterns verschreibt.

Erfolgsfaktor 2: Frühzeitig Keime für neue Geschäftsmodelle legen

Das Unangenehme an der Digitalisierung ist, dass der Angriff nicht "laut von vorne" kommt, sondern meist "leise und von der Seite". Branchenneulinge oder -quereinsteiger sind die neuen Gegner. Auch wenn deren Geschäftsmodelle schnell zu durchschauen sind, so dauert es doch Jahre, das eigene zu verändern und zum Gegenangriff überzugehen. Zumal Unternehmen eingespielte Gebilde sind, deren Veränderung Zeit und Wissen benötigt.

Daher sind vor allem solche Unternehmen bei der Digitalen Transformation erfolgreich, die früh neue "innovative Keime" gepflanzt, sprich: in Tochterfirmen oder in Beteiligungen ausprobiert haben. Auch wenn diese über viele Jahre meist mehr Geld gekostet als sie eingespielt haben und sie oft mickrig gegenüber dem bestehenden und meist noch hoch profitablen Hauptgeschäftsmodell wirken.

Erfolgsfaktor 3: Den Kunden wie seinen eigenen Ehepartner betrachten

Innovation ist das Zauberwort für Wachstum und Erfolg schlechthin. Der Kunde rückt dabei immer mehr in den Mittelpunkt und wird gläsern, denn er wird auf Schritt und Tritt verfolgt und ausgewertet. Ziel ist ein Wissensvorsprung, um damit den Kunden auf das eigene Geschäft zu lenken.

Der Leitgedanke: Jeder Kunde verlässt sich zum einen auf das, was er schon kennt und zu dem er Vertrauen hat. Zum anderen liebt er es, positiv überrascht zu werden. Er unterscheidet sich da nicht vom (Ehe-) Partner: Wenn ich dem eine Freude machen will und seine Wünsche erst erfrage, wird seine Freude nicht sehr groß sein.

Wenn ich ihn aber genau beobachte, mich in ihn hineinversetze und mir eigene, kreative Gedanken mache, was ihn begeistern könnte, so wird das Geschenk viel emotionaler und freudiger aufgenommen. Fragen Sie Ihren Kunden nicht nur, was er sich wünscht. Überlegen Sie selber, wie Sie ihn positiv überraschen können!

Erfolgsfaktor 4: Digitale und analoge Kanäle nutzen

Es ist nicht so, dass die Kunden sich plötzlich nur noch online informieren oder einkaufen oder nur noch auf Empfehlungen ihrer Facebook-Freunde hören. Richtig ist, dass sie das zunehmend tun und man diesen Trend nicht verschlafen darf.

Richtig ist aber auch, dass die Kunden immer noch in der alten "analogen" Welt unterwegs sind. Auch sie machen eine Transformation durch. Darauf sollten Unternehmen reagieren und ihre analogen Kanäle nicht sofort radikal abschneiden und nur noch aufs Digitale setzen. Zumindest für eine Übergangszeit sollten sie beide Kanäle bedienen und sie am besten verknüpfen. Erfolg hat, wer den Kunden seiner Übergangswelt aus analogen und digitalen Kanälen abgeholt, bedient und begleitet.

Erfolgsfaktor 5: Die eigene IT auf Vordermann bringen

Bei vielen Unternehmen scheitern gute Ansätze der Digitalisierung an einer veralteten und unflexiblen IT. Als Entscheider muss ich daher erst einmal meine IT auf Vordermann bringen. Doch wie? Selber machen oder outsourcen? Vor Ort oder lieber mit Hilfe der Cloud?

Unternehmen, die den digitalen Wandel erfolgreich bestreiten, haben mehrheitlich Teile ihrer IT in die Cloud verlagert. Wichtig ist, dass die IT an der richtigen Schnittstelle sitzt, um analoge und digitale Kanäle und Geschäftsprozesse vereinen zu können. Auch müssen Kundendaten gesammelt und ausgewertet werden und auf ihrer Basis eine Reaktion wieder Richtung Kunde erfolgen. Hierzu braucht man eine leistungsstarke und flexible IT-Landschaft.

Zudem gilt es, mehr und mehr klassische IT-Themen auszulagern, altes IT-Personal abzubauen und dafür in Digitalisierungsexperten zu investieren, die zwischen der IT und den Fachabteilungen eine Brücke in Richtung des neuen digitalen Geschäftsmodells schlagen!

Das ausführliche Whitepaper können Sie als PDF im **QSC-Blog**¹ herunterladen.

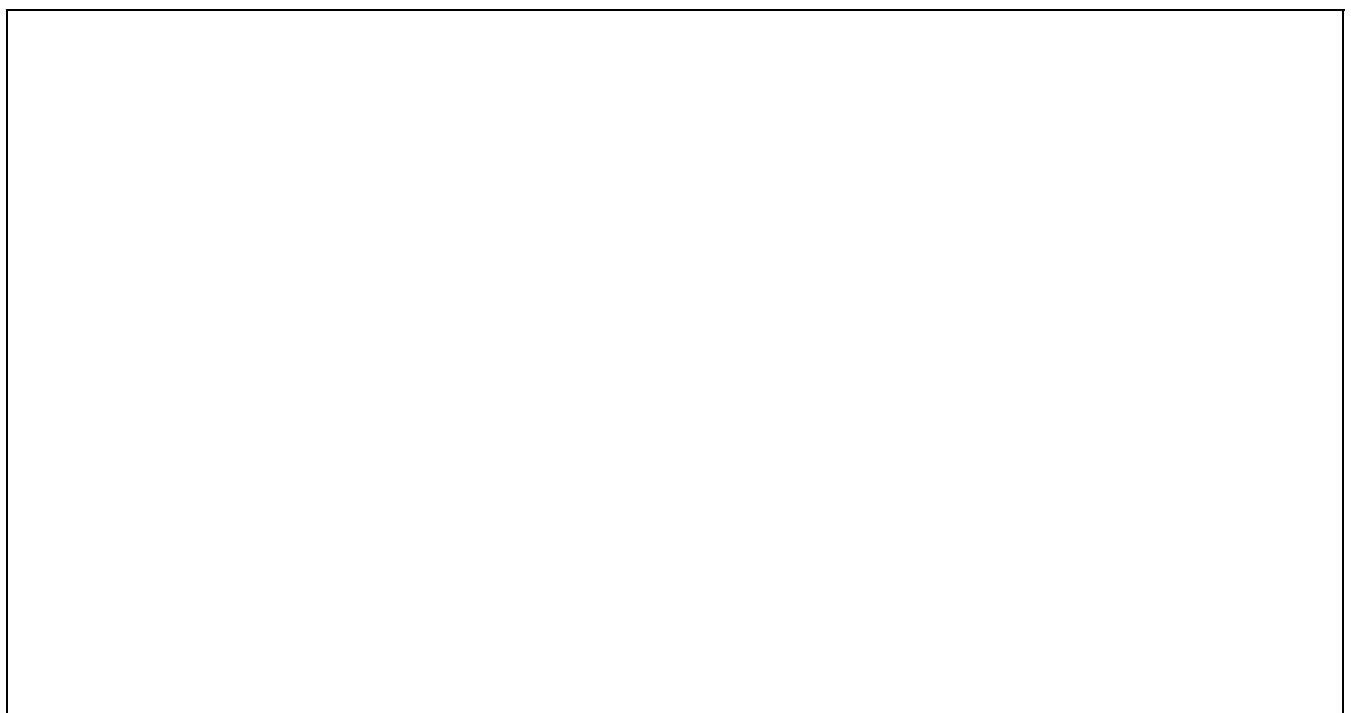




Foto: QSC

Über den Autor: Der promovierte Physiker Ingo Hattendorf (Jg. 1971) leitet seit 2012 die Strategieabteilung der QSC AG. Eine ausführliche Version dieses Textes finden Sie **hier**². Hattendorf freut sich darauf, mit Ihnen über die fünf Erfolgskriterien zu diskutieren. Kontaktieren Sie ihn unter **digital-transformation@qsc.de**³

Links im Artikel:

¹ <http://w.idg.de/1Rid392>

² <http://w.idg.de/1Rid392>

³ <mailto:digital-transformation@qsc.de>

IDG Tech Media GmbH

Alle Rechte vorbehalten. Jegliche Vervielfältigung oder Weiterverbreitung in jedem Medium in Teilen oder als Ganzes bedarf der schriftlichen Zustimmung der IDG Tech Media GmbH. dpa-Texte und Bilder sind urheberrechtlich geschützt und dürfen weder reproduziert noch wiederverwendet oder für gewerbliche Zwecke verwendet werden. Für den Fall, dass auf dieser Webseite unzutreffende Informationen veröffentlicht oder in Programmen oder Datenbanken Fehler enthalten sein sollten, kommt eine Haftung nur bei grober Fahrlässigkeit des Verlages oder seiner Mitarbeiter in Betracht. Die Redaktion übernimmt keine Haftung für unverlangt eingesandte Manuskripte, Fotos und Illustrationen. Für Inhalte externer Seiten, auf die von dieser Webseite aus gelinkt wird, übernimmt die IDG Tech Media GmbH keine Verantwortung.