Kolumne
Nachhaltig erfolgreich mit Strategie

3-2017

Wiebke Brüssel
bruessel@das-strategiebuero.de

Januar 2017

Download:
Diesen Beitrag können Sie auf unserer Homepage im Bereich „Strategie-Impulse“ als PDF-Datei herunterladen.

Der Beitrag erschien im Januar 2017 auf den Exxtra Seiten Bremen (www.exxtraseiten.de).

Digitalisierung mit Strategie – Teil 1

Alle sprechen von der Digitalisierung. Ich auch. Zahlreiche Veranstaltungen mit Titeln wie „Digitalisierung für kleine und mittlere Unternehmen“ oder „Industrie 4.0“ sind im Angebot. Die Veranstaltungen sind immer sehr gut besucht, das zeigt den großen Bedarf.

Auch wir haben in den letzten Monaten einige dieser Veranstaltungen besucht und uns auch mit anderen Teilnehmern unterhalten. Dabei erfuhren wir, dass es auf allen Seiten Fragezeichen gibt. Das haben wir zunächst daran festgestellt, dass wir mit Beratern und Verkäufern aus der IT-Branche ins Gespräch kamen.

Allgemeine Verunsicherung?!

Fast alle IT-Berater berichteten, dass sie bei vielen ihren Kunden Unklarheiten über deren strategischen Ziele feststellen würden. Das stellt die IT-Anbieter vor Probleme, denn natürlich wollen sie „einen guten Job“ machen. Das können sie aber nur, wenn ihre Kunden wissen, wohin sie Ihr Unternehmen steuern wollen – und das ist nichts anderes als ihre Strategie.

Die potenziellen Kunden der IT-Anbieter sind genauso verunsichert. Sie fürchten, dass die Digitalisierung zu teuer wird und nicht den erhofften Mehrumsatz oder die Kosteneinsparung bringt. Sie fragen sich, was denn eigentlich „Digitalisierung“ für Ihr Unternehmen bedeutet. Sie suchen den Einstieg in das Thema und finden ihn allein nicht. Diese Unsicherheit führt vermutlich dazu, dass sich laut Statistiken bisher nur die Hälfte der mittelständischen Unternehmen mit diesem Thema beschäftigt hat (Quelle: Bitkom 2016).

Es ist ja auch keineswegs einfach. Die Antwort auf die Frage „Wie fange ich mit diesem Thema in meinem Unternehmen an?“ ist so individuell wie das Unternehmen des Fragenden. Auch die oft gestellte Frage „Was kostet denn sowas?“ kann nicht pauschal beantwortet werden. Der Tipp der IT-Anbieter „Fangen Sie mit einer kleinen Lösung an“ klingt gut, ist aber trügerisch. Er funktioniert nur, wenn man gleichzeitig das große Ganze im Blick hat. Denn eine Digital-Strategie ist

wie ein Baukasten. Es gibt viele Elemente, die zusammenpassen sollten. Tun sie das nicht, wird es später frustrierend und teuer.

Was ist am Anfang besonders wichtig?

Für alle, die nicht in der IT-Branche arbeiten, ist Digitalisierung eine wichtige Unterstützung der operativen Umsetzung Ihrer Unternehmensstrategie, aber kein Selbstzweck. Deshalb ist die Strategie Ihr Fundament.

Die neuen digitalen Möglichkeiten bieten zahlreiche Chancen für diejenigen, die ihre Gesamtstrategie kennen. Sie bieten aber auch zahlreiche Risiken für alle, die das nicht tun.

Schon während Sie an Ihrer Strategie arbeiten, erkennen Sie, inwieweit Ihr Geschäftsmodell und ihre Prozesse funktionieren. Genau dieses Wissen brauchen Sie auch für Ihre Digitalisierungsprojekte.

Wenn Sie mit Ihren Überlegungen (noch) ganz am Anfang stehen, kann sich eine externe Moderation bezahlt machen. Sie schlagen zwei Fliegen mit einer Klappe und bereiten sich gleichzeitig auf Ihre unternehmerische und Ihre digitale Zukunft vor. Manch ein(e) Geschäftsführerin bzw. Geschäftsführer scheut die zusätzlichen Kosten für die strategische Unterstützung. Dabei sind die oft viel geringer als befürchtet und können sich schnell amortisieren. Zudem hilft der Blick „von außen“, viele Dinge in einem anderen Licht zu sehen und bessere Lösungen zu finden.

Haben Sie die Zukunft Ihres Unternehmens strukturiert geplant, kann Ihre IT-Lösung hier aufsetzen und diese Struktur unterstützen. Sonst droht das Risiko, dass Sie schon nach kurzer Zeit nachbessern müssen. Das wird dann insgesamt viel teurer als notwendig.

Der Anfang ist immer Chefsache …

Ganz am Anfang heißt es: Festlegen, wer sich kümmert. Zunächst ist das Thema Chefsache, das ist wichtig, besonders in kleinen und mittleren Unternehmen. Wir haben im Gespräch mit IT-Beratern erfahren, dass sich oft „nur“ die IT-Mitarbeiter damit beschäftigen. Das reicht aber häufig nicht aus und funktioniert dann nicht.

- Erstens müssen Geschäftsführerinnen und Geschäftsführer die Strategie tragen und vorleben. Dafür ist es wichtig, dass sie selbst sich um die Entwicklung und Einführung kümmern.
- Zweitens macht das Thema „Digitalisierung“ oft vielen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern Angst. Diese Ängste müssen von vornherein ernst genommen werden, und es muss klargemacht werden, was die Neuerungen genau bedeuten. So etwas muss von der obersten Führungsspitze kommen.

… danach betrifft es alle

Sobald der Startschuss gefallen ist, sollte das Thema auf keinen Fall Chefsache bleiben. Jetzt müssen alle Betroffenen an einen Tisch – das gilt sowohl für die Strategische Unternehmensplanung als auch für den Teilbereich „Digitale Strategie“. Stellen Sie Ihre Planung auf eine möglichst weite Wissensbasis. Dazu gehören natürlich auch die IT-Mitarbeiter, aber auch Vertreter der anderen Abteilungen.

Kurz zusammengefasst

Die beste Basis für Digitalisierungsprojekte ist eine strategische Gesamtplanung. Am Anfang ist das Thema Chefsache, danach brauchen Sie das Wissen aller Beteiligten. Externe Methodenkompetenz optimiert den Planungsprozess.

Mehr zum Thema „Digitalisierung mit Strategie“ in meiner nächsten Kolumne.

Redaktionelle Hinweise

Über die Autorin

Wiebke Brüssel ist Diplom-Betriebswirtin und Geschäftsführende Gesellschafterin des Strategiebüros.

Wir moderieren Planungsprozesse - einschließlich Vorbereitung und Dokumentation. Von einer einzelnen Fragestellung bis zur Strategischen Unternehmensplanung. Unsere Kunden sind Unternehmen und Organisationen im privaten, sozialen und öffentlichen Bereich, Firmen am Anfang ihrer Entwicklung und Gründer.

Hinweis zur verwendeten Sprache

Sprachliche Grundlage für unsere Beiträge ist das amtliche Regelwerk des Rates für deutsche Rechtschreibung. Wir sprechen alle Menschen an.

Lobbyregister

Das Strategiebüro ist unter der Kontonummer K4126147 im Lobbyregister des Deutschen Bundestages eingetragen.

Nutzungsrechte

Alle Rechte für unsere Beiträge und die verwendeten Bilder liegen, soweit nicht ausdrücklich anders gekennzeichnet, bei der Das Strategiebüro GbR.

Wir freuen uns, wenn Sie Beiträge und Bilder für Ihre persönliche (ausschließlich private) Information nutzen, sie zitieren oder verlinken. Wenn Sie unsere Beiträge, Bilder oder andere Inhalte jedoch außerhalb der Grenzen des Urheberrechtes ganz oder teilweise für gewerbliche oder hoheitliche Zwecke verwenden, in elektronische Medien einstellen oder weitergeben wollen, bitten wir Sie, hierfür unsere schriftliche Genehmigung einzuholen.