

39. SGO Herbsttagung: «Gestaltung der digitalen Transformation»

Die Digitalisierung lässt sich nicht aufhalten.



v.l.n.r. Marcel Walker, Head Cloud Services und Sourcing Banken Swisscom; Patrizia Pesenti, Mitglied der Geschäftsleitung Ringier Publishing und Entertainment; Vera Brannen, Geschäftsführerin Usable Brands; Rainer Roten, Vorsitzender der Geschäftsleitung und CEO Schindler Aufzüge

Die Entscheidungsfreiheit mitzumachen oder nicht, existiert auch nicht, denn wer stehenbleibt hat verloren. Gleichzeitig bietet die Digitalisierung viele Chancen. Mit neuen Geschäftsmodellen kann das Angebot erweitert und ein verändertes Kundenbedürfnis befriedigt werden. Wissenschaftler und Unternehmensvertreter zeigten den über 260 Teilnehmenden der traditionellen SGO Herbsttagung im Park Hyatt in Zürich auf, dass trotz aller Ungewissheit es sich lohnt, sich für die digitale Transformation zu rüsten.

Der einzelne Mensch rückt mit der Digitalisierung in den Vordergrund, denn diese ermöglicht erst die Individualisierung respektive Personalisierung der Kundenansprache. Voraussetzung zu einer solchen ist aber das Zuhören, betont der Chef von Google Schweiz Patrick Warnking. Nur wer weiss, was die Kunden wollen, kann personalisierte Produkte oder Dienstleistungen anbieten. Ein weiterer entscheidender Punkt für die erfolgreiche digitale Transformation ist eine Fehlerkultur im Unternehmen. Es muss möglich sein, mit einem Vorhaben zu scheitern. Nicht zuletzt braucht ein Unternehmen für die digitale Transformation Mitarbeitende, die sich entwickeln wollen und vom Unternehmen auch die Möglichkeit erhalten, sich entwickeln zu können.

Digitalisierung erleichtert die Vernetzung. Vernetzung ihrerseits ermöglicht vieles. Deshalb lohnt sich für Unternehmen die Frage, welche Vernetzungen sie einen Schritt voran bringen könnte. Dies ist ein Fazit der SGO-Herbsttagung. Die Vernetzung von Gehirnen mit Computern stand am Anfang der Karriere von Pascal Kaufmann von StarMind International AG. Heute vernetzt er Wissensträger innerhalb von Unternehmen miteinander und wagt es gar, den Supercomputer Watson der IBM herauszufordern. Das Erfolgsgeheimnis seines Knowledge Managements für Firmen ist, dass er nicht den kleinen dokumentierten Teil des Wissens - nämlich nur gerade 20 Prozent - innerhalb eines Unternehmens vernetzt und allen zugänglich macht, sondern vielmehr in Netzwerken aufzeigt, welche Person eine Frage beantworten könnte. Eine Möglichkeit der Digitalisierung, online auf das Offline-Wissen zuzugreifen.

Silodenken als Bremsklotz

In der Paneldiskussion mit Vera Brannen von Usable Brands, Patrizia Pesenti von Ringier Publishing und Entertainment, Marcel Walker von der Swisscom und Rainer Roten von Schindler Aufzüge wird deutlich, dass das sogenannte Silodenken oder Inselösungen innerhalb eines Unternehmens die Digitalisierung bremsen können. Am meisten Erfolg können diejenigen Unternehmen vorweisen, die es schaffen, die gesamte Wertschöpfungskette zu analysieren und entlang dieser zusätzlichen Kundennutzen zu generieren. Gerade auch bei Anbietern handfester Produkte wie etwa Schindler Aufzüge verschiebt sich der Wettbewerbsvorteil in die Serviceleistungen und die Fähigkeit, aus der Digitalisierung Produktionsoptimierungen herauszuschälen.

Streams zu den Themen Lifescience / E-Health, Industrie / Technologie, Mensch und Führung, Handel / Service / Textil und Finanzindustrie widmeten sich vertieft und interaktiv der Gestaltung und Umsetzung der Digitalisierung in den verschiedenen Branchen.

Obwohl Internet seit mehr als 25 Jahren existiert, stehen wir in der Digitalisierung erst am Anfang, ist Ruedi Noser, Unternehmer und Politiker überzeugt. Gerade in der Politik sieht er aber Schwierigkeiten im Umgang mit der digitalen Transformation. Voraussetzung für politische Entscheide ist Wissen. Oft überwiegt aber gerade in diesem Themenbereich die Ungewissheit. Sich auf eine ungewisse Zukunft vorzubereiten finde in

Bundesbern keine Mehrheit - womit der Status quo zementiert wird. Gleichzeitig sorgt sich Noser aber nicht um die Wirtschaft in der von der Digitalisierung geprägten Zukunft. Die Unternehmen in der Schweiz seien genügend innovativ. Nötig sei aber in der Ausbildung die Neugierde und das Selbstvertrauen zu fördern, um den Mitarbeitenden der Zukunft Mut zu geben, sich auf Neues einzulassen.

SGO

Die Schweizerische Gesellschaft für Organisation und Management (SGO) blickt auf eine über 48-jährige Tradition im Bereich des Managements und der Organisation zurück und zählt heute über 2'000 Mitglieder. Die im Jahr 2000 gegründete SGO-Stiftung fördert junge Talente und unterstützt die Forschung und Entwicklung in den Bereichen Organisation, Betriebswirtschaft und Führung an Universitäten und Hochschulen in Europa.

Als der führende Schweizer Anbieter von Organisations- und Management-Wissen bearbeitet die SGO organisatorische Themen und bietet eine Vielzahl von Netzwerkgefässen (Communities of Practice) an, in denen der Erfahrungsaustausch unter Fachleuten der Privatwirtschaft und der öffentlichen Verwaltung gepflegt wird und thematische Inhalte weiterentwickelt werden.

Des Weiteren bietet die Organisation umfangreiche Weiterbildungen an, insbesondere mittels Tagungen, Seminaren, Arbeitsgesprächen und Publikationen. Die SGO fördert zudem den wissenschaftlichen Diskurs, indem sie eine enge Zusammenarbeit zwischen den Hochschulen, Fachverbänden und ähnlichen Vereinigungen des In- und Auslandes anstrebt.