

Pressemitteilung

So finden Unternehmen die entscheidenden Bausteine für ihre Digitale Transformation

Dortmund , 25. April 2016

Diskussionen über die Digitale Transformation verlieren sich schnell im Philosophischen. Die Entscheider müssen die digitale Marschrichtung für ihr Unternehmen aber konkret im Hier und Jetzt vorgeben. Der IT-Dienstleister adesso AG erläutert, wie sie in drei Schritten die zentralen Bausteine – die sogenannten Objects of Interest – für eine erfolgreiche Digitale Transformation identifizieren können.

Die Digitale Transformation ist dabei, die Grundfesten unseres Zusammenlebens fundamental zu verändern; Wirtschaft und Gesellschaft müssen sich auf einen Zeitenwechsel einstellen. So richtig und wichtig die Auseinandersetzung mit diesen Veränderungen ist, so wenig können Unternehmensentscheider damit konkret anfangen. Sie müssen jetzt die Fundamente dafür legen, dass ihre Angebote auch in einer post-transformierten Welt eine Rolle für ihre Kunden spielen.

Wollen sie dieses Ziel erreichen, müssen sie ganz unterschiedliche Digitalisierungstreiber analysieren und bewerten. Um diesen Prozess zu systematisieren und damit zu vereinfachen, empfiehlt adesso, die Digitale Transformation aus dem Blickwinkel der „Objects of Interest“ zu betrachten. Auf dieser Basis lassen sich in einem dreistufigen Verfahren die entscheidenden Bausteine für eine erfolgreiche Digitale Transformation identifizieren.

1. Objects of Interest verstehen: Objects of Interest können physische und virtuelle Objekte, aber auch Menschen sein, die unmittelbar in Geschäftsprozesse eingebunden werden können und die das Potenzial haben, diese Prozesse zu vereinfachen oder zu beschleunigen. Beispiele dafür sind eine Maschine, die ihren Rohstoffbedarf eigenständig an ein ERP-System meldet und dort eine Bestellung auslöst, oder ein Versicherter, der seine sportlichen Leistungen über eine Smartphone-App misst und direkt in das Bonussystem seiner Krankenversicherung überträgt.

2. Objects of Interest aufspüren: Ist das grundlegende Verständnis vorhanden, geht es im nächsten Schritt darum, die Objects of Interest innerhalb des eigenen Unternehmens systematisch zu finden. Einige werden auf den ersten Blick zu erkennen sein; andere werden durch Veränderungen in Prozessen, Produkten und Kundenerwartungen vielleicht nicht auf Anhieb als solche erfasst. Deshalb kann nur eine gezielte Analyse alle relevanten Objekte

zutage fördern. Ein geeignetes Projektwerkzeug dafür ist der „Interaction Room for Digitalization Strategy Development“ (IR:digital). In ihm kann das Projektteam mithilfe von Landkarten visualisieren, welche physischen Objekte Daten liefern können beziehungsweise von welchen Objekten Daten abgerufen werden können.

3. Objects of Interest auswählen: Ist eine Grundgesamtheit von Objects of Interest erarbeitet, stehen die Experten vor der Aufgabe, diejenigen herauszufiltern, die für die Geschäftsprozesse relevant, legal nutzbar und ertragreich sein können. Dazu muss geprüft werden, welche Kommunikationsmöglichkeiten es mit anderen Objekten gibt und wie der Lebenszyklus der Objekte aussieht. Wann immer Menschen ins Spiel kommen, sind außerdem Datenschutzfragen zu klären. Für die daraufhin in Frage kommenden Objects of Interest werden die technischen Rahmenbedingungen geprüft und die Projektbeteiligten müssen analysieren, wie sich die Informationen, die die Objekte liefern, in Geschäftsprozesse einbinden lassen. Am Ende bleiben die Objects of Interest übrig, für die sich das Einbinden in die Geschäftsprozesse des Unternehmens rechnet.

„Unternehmen, die die Digitale Transformation aus dem Blickwinkel der Objects of Interest betrachten und deren Situation und Umfeld systematisch analysieren, haben einen großen Vorteil bei der Umsetzung der Digitalen Transformation. Sie können exakt und schnell bestimmen, an welchen Stellen es sich lohnt, weiter in Zeit und Ressourcen zu investieren“, sagt Prof. Dr. Volker Gruhn, Vorsitzender des Aufsichtsrats der adesso AG und Inhaber des Lehrstuhls für Software Engineering an der Universität Duisburg-Essen. „Und das nicht auf Basis eines Bauchgefühls oder schwammiger Annahmen – sondern mit dem Wissen über die Zusammenhänge auf der Ebene der Objects of Interest.“

ca. 4'250 Zeichen

adesso Schweiz AG

Als Landesgesellschaft der adesso AG vertreibt die adesso Schweiz AG das Leistungsportfolio des Beratungs- und IT-Dienstleisters auf dem Schweizer Markt. adesso ist einer der führenden Anbieter im deutschsprachigen Raum und fokussiert sich mit Beratung sowie individueller Softwareentwicklung auf die Kerngeschäftsprozesse von Unternehmen und öffentlichen Verwaltungen. Die Strategie von adesso beruht auf drei Säulen: dem tiefen Branchen-Know-how der Mitarbeiter, einer umfangreichen Technologiekompetenz und erprobten Methoden bei der Umsetzung von Softwareprojekten. Das Ergebnis sind überlegene IT-Lösungen, mit denen Unternehmen wettbewerbsfähiger werden.

adesso wurde 1997 in Deutschland gegründet und beschäftigt über 3'700 Mitarbeitende. Die Aktie ist im regulierten Markt notiert. Zu den wichtigsten Kunden der Landesgesellschaft adesso Schweiz AG gehören diverse Bundesämter, Helsana, Helvetia, Medgate, SBB, S-GE, der Schweizerische Fussballverband, der Schweizerische Versicherungsverband, Swisscom, Swiss Life, Post CH, PostFinance und die Stadt Zürich. adesso Schweiz kooperiert mit dem Institut für Informatik der Universität Zürich. Zudem gehört Prof. Dr. Harald C. Gall, Professor für Software Engineering, zum Verwaltungsrat. Präsident des Verwaltungsrats der adesso Schweiz AG ist Dr. iur. Peter Walti.