

Die 5 wichtigsten Quick-wins:

## Wie digitale Transformation gelingt

„Wir waren nicht mutig genug, wir hätten viel früher anfangen müssen“, hört man oft. Leadership-Personen haben heute vor allem die Aufgabe, ihr Unternehmen in die Zukunft zu führen und den Fortbestand zu sichern. Um transformationsfähig zu sein, müssen Agilität und Disruptionsbereitschaft verankert werden. Fünf Ansatzpunkte dafür.

Text: Anne M. Schüller

Foto: iStockphoto.com

Der Aufbruch in die digitale Transformation ist dringlich. Permanente Vorläufigkeit ist dabei die Norm. Mit den alten Managementtools kommt man deshalb nicht weit. Die waren für festen Grund und stabile Zeiten gebaut. In einer fluiden Umgebung geht man damit unter. So werden nun Vorgehensweisen gebraucht, die Auftrieb geben und derart beweglich machen, dass die „Wildwasser“ der Zukunft gemeistert werden können.

Um für Aufbruchsstimmung zu sorgen, das Neue ins Unternehmen zu lassen und bis ins letzte Eck den Wandelwillen in Gang zu setzen, ist Tuchfühlung wichtig. So lassen sich Berührungsgänge abbauen und Chancenpotenziale glasklar erkennen. Zudem müssen die internen Rahmenbedingungen stimmen - strukturell und kulturell. Alles steht und fällt letztlich mit dem Faktor Mensch. Fünf Vorgehensweisen sind dabei elementar.

### 1. Befassen Sie sich permanent mit der Zukunft – gemeinsam!

Welche Tragweite haben Zukunftstechnologien für unsere Branche und unsere Kunden? Und wie können wir uns darauf einstellen? Das sind die entscheidenden Fragen. Beziehen Sie bei der Antwortsuche alle mit ein, besonders die „unteren“ Reihen und die jungen Talente. „YouTuben“ Sie Zukunftsforscher und Wirtschaftsphilosophen oder lesen Sie deren Bücher. Ziehen Sie TedX-Videos als Lernquellen heran. Buchen Sie Kurse renommierter Online-Universitäten.

Springen Sie raus aus der Filterblase Ihrer eigenen Vorgehensweisen. Holen Sie sich anerkannte Experten für Vorträge und Workshops ins Haus. „Draußen“ in der Welt ist man sehr oft schon weiter. Besuchen Sie Zukunftskongresse. Befassen Sie sich mit Unternehmen, die Transformationsprozesse

hinter sich haben und die über ihre Erfahrungen offen berichten. Von glattgebügelt PR-Stories lernt niemand auch nur irgendetwas.

Vernetzen Sie sich mit Organisationen, die schon auf dem Weg sind. Bleiben Sie kontinuierlich an den Trendhemen dran. Die üblichen jährlichen Strategiemeeetings reichen längst nicht mehr aus. Dreimonatige Updates sind Minimum, damit das Neue ruckzuck im gesamten Unternehmen Fuß fassen kann. Hierbei sind Zukunftsszenarien hilfreich, um sich dann von dort aus zurückzudenken.

### 2. Machen Sie sich mit der Szene der digitalen Start-ups vertraut!

Statt mit Gleichgesinnten aus der eigenen Branche über das immer Gleiche zu reden, docken Sie besser an die neuen Innovationsökosysteme an. Besuchen Sie „Corporates meet Start-ups“-Ver-

anstaltungen und Technologiezentren vor Ort. Oder buchen Sie projektweise ein Innovation Lab, um digital schnell besser zu werden. Dabei präsentiert ein Unternehmen eine konkrete Problemstellung in Bezug auf ein neues Produkt oder Geschäftsmodell. Eine heterogene Gruppe aus Gründern und Experten erarbeitet daraufhin in wenigen Stunden mögliche Lösungsansätze.

Oder gehen Sie in ein Innovation Camp, wo Sie weit weg vom Alltag und in einem geschützten Raum neue Methoden der Arbeitsorganisation und des Innovationsmanagements kennenlernen. Oder arbeiten Sie auf Zeit in einem Coworking Space. Die gibt es inzwischen in allen größeren Städten. Dort lernt man Gründer und ihre Arbeitsweisen hautnah kennen.

### 3. Führen Sie ein Reverse-Mentoring-Programm ein!

Mit einem Reverse-Mentoring-Programm bringen Sie auf einfache Weise frischen Wind, digitale Denkweise und agiles Handeln ins Unternehmen und bereiten den Boden für größere Transformationsmaßnahmen vor. Geht es nämlich um technologische Errungenschaften, aktuelles Käuferverhalten und zeitgemäße Arbeitsbedingungen, dann ist die Generation der längst digital transformierten Millennials in ihrem Element.

So drehen sich beim Reverse Mentoring die Rollen des klassischen Mento-

rings um: Der Junior coacht den Senior auf den Themengebieten, die „Jung“ besser kann als „Alt“. Vornehmliches Ziel ist es, die digitale Fitness im gesamten Unternehmen zu erhöhen, altgewohnte Kommunikations- und Arbeitsweisen an die Erfordernisse der digitalen Ära anzupassen und Ältere mit der Lebenswelt der Millennials vertraut zu machen.

### 4. Installieren Sie eine digitale Taskforce!

Die derzeitige Diskussion, wo die Digitalisierung verortet sein soll, bleibt in der Silodenkweise verhaftet, die einzelnen Abteilungen brüten für sich allein über sie nach. Genau das ist ein gravierender Fehler. Die Digitalisierung der Geschäfts-, Produktions- und Kommunikationsprozesse betrifft abteilungsübergreifend alle im Unternehmen. In die IT-Abteilung gehört sie ganz sicher nicht hin, dort sitzen vor allem Systemerhalter.

Installieren Sie besser, gegebenenfalls unter der Leitung eines Chief Digital Officers, der direkt der Geschäftsleitung bzw. dem Vorstand zugeordnet ist, eine interne digitale Taskforce, die sich komplett selbstgesteuert organisiert. Sie tritt in digitalen Belangen als Brückenbauer zwischen den einzelnen Bereichen schnell in Aktion.

Veranstalten Sie zudem Hackathons. Hackathons, eine Wortschöpfung aus Hack und Marathon, sind

Events zur konzentrierten gemeinsamen Lösung von meist digitalen Aufgabenstellungen mit einem extrem engen Zeitplan. So kommt man zu hocheffizienten Ergebnissen – meist in der Hälfte der üblichen Zeit.

### 5. Veranstalten Sie Disrupt-me-Workshops!

Bei dieser Maßnahme geht es um die Selbstdisruption. Die entscheidende Frage lautet: Was wird in unserem Bereich als nächstes abgelöst und verschwinden? Wer sich für unverwundbar hält, hat schon verloren. Nutzen Sie also gute Zeiten, damit sie gut bleiben. Bevor Sie angegriffen werden, unternehmen Sie besser – von einem Moderator angefeuert – den Selbstangriff, zumindest als theoretische Übung.

So können Sie Ihre wunden Punkte ausfindig machen, bevor es andere tun, sich selbst ganz neu denken und eine entscheidende Grundlage schaffen, um zukünftige Geschäftsfelder zu erschließen. Viele Vorreiter der Digitalwirtschaft befassen sich ständig mit diesem Thema, um nicht von jüngeren, besseren Angreifern „disruptiert“ zu werden.

Lassen Sie sich bei alledem von anderen inspirieren. Finden Sie aber definitiv Ihren eigenen Weg. Denn keine zwei Unternehmen sind gleich. Und, ganz entscheidend: Legen Sie explizit fest, dass Versuch und Irrtum unumstößlich zur Vorgehensweise Ihres Transformationsprozesses gehören. ■

#### Über die Autorin



**Anne M. Schüller** ist Managementdenker, Keynote-Speaker, mehrfach preisgekrönte Bestsellerautorin und Businesscoach. Die Diplom-Betriebswirtin gilt als führende Expertin für das Touchpoint-Management und eine kundenfokussierte Unternehmensführung. Sie zählt zu den gefragtesten Rednern im deutschsprachigen Raum. 2015 wurde sie für ihr Lebenswerk in die Hall of Fame der German Speakers Association aufgenommen. Vom Business-Netzwerk LinkedIn wurde sie zur Top-Voice 2017/2018 und vom Business-Netzwerk XING zum Spitzenwriter 2018 gekürt. Zu ihrem Kundenkreis zählt die Elite der Wirtschaft. Ihr Touchpoint-Institut bildet zertifizierte-Touchpoint Manager aus.

**Kontakt:** [www.anneschueller.de](http://www.anneschueller.de)

#### Das Buch zum Thema



Anne M. Schüller,  
Alex T. Steffen  
**Die Orbit-Organisation – In 9 Schritten zum Unternehmensmodell für die digitale Zukunft**

Gabal Verlag  
312 Seiten  
€ 34,90

ISBN: 978-3869368993

Nominiert für den  
International Book Award 2019