

Digitalisierung erreicht den nächsten Reifegrad

Interview mit Lumir Boureau, Geschäftsführer & CTO eurodata tec.



Dass die digitalen Technologien unser Leben und Arbeiten tiefgreifend verändern, ist nicht zu übersehen. Mittlerweile hat die Digitalisierung ihre nächste Entwicklungsstufe erreicht und stellt die Wirtschaft erneut vor eine große Aufgabe: Sie muss den nächsten Schritt gehen und auf Basis der bereits erreichten Digitalisierungsmeilensteine, integrative Ecosysteme aufbauen – weg vom Nischendenken, hin zur Vernetzung.

Herr Boureau, Sie kennen diese Situation. Wo drückt Unternehmen Ihrer Meinung nach der Schuh am meisten?

Boureanu: Da gibt es mehrere Punkte. Die neuen Technologien und Businessmodelle sind zwar hinlänglich im Markt etabliert, aber die Unternehmen fühlen sich dennoch überfordert, weil sie oft trotz enormer Anstrengungen bei der Einführung digitaler Geschäftsmodelle, keine Verbesserungen spüren. Die Ursachen hierfür liegen meist in der Herangehensweise bzw. dem Verständnis von Digitalisierung. Viele Unternehmen bewerten beispielsweise die Einführung einer App oder eines Online-Shops als Digitalisierung ihres Business. Dem ist aber oft nicht so, sondern vielfach handelt es sich lediglich um eine Produktergänzung, aber nicht um eine grundsätzliche Neuausrichtung des Kerngeschäfts. Deshalb müssen Unternehmen unbedingt dafür sorgen, dass der Digital Value, den sie erwarten auch ein Business Value ist - nur dann sind sie auf dem richtigen Weg. Digitalisierung ist schließlich kein Selbstzweck.

Was sollten die Unternehmen beachten, um nicht in diese Einbahnstraße zu geraten?

Boureanu: Sie dürfen bei der Entwicklung di-

gitaler Geschäftsmodelle nicht nur das eigene Unternehmen im Blick haben, sondern müssen auch die Veränderungen um sich herum sehen. Für die Einführung digitaler Plattformen heißt das, dass diese so konzipiert sein müssen, dass sie mit anderen digitalen Systemen interagieren können. Dieses Miteinander der Systeme, ist das, was die Grundlage zukünftiger Businessmodelle ausmacht. In der B2C-Welt kann man diesen Ansatz schon vielfach beobachten, aber in den klassischen Industrien und Branchen der B2B-Welt ist man noch zurückhaltend. „Ecosystem“ heißt das Schlagwort, das hier die Richtung anzeigt und das nicht erst seit Gartner für diesen Begriff eine entsprechende Klassifizierung vorgenommen hat.

Können Sie uns diese Kategorien bitte kurz vorstellen?

Boureanu: Angelehnt an die Gartner-Theorie unterscheidet man drei verschiedene Arten von Ecosystemen: Driver, Partner und Market Maker. In diesen sehen die Analysten den nächsten Reifegrad der Digitalisierung. Aber keine Angst, damit sind die bisherigen Digitalisierungsprojekte nicht obsolet – nein, Gartner geht nur einen Schritt weiter und verknüpft bzw. bündelt die vorhandenen Plattformen zu Ecosystemen.

Wofür stehen diese Kategorien und wie unterscheiden Sie sich?

Boureanu: Bei der Differenzierung berücksichtigt Gartner neben den bisherigen Veränderungen innerhalb von Unternehmen, auch deren Beziehung zu anderen Organisationen, Märkten und Kunden. Als Driver bezeichnet Gartner ein System, das von einem Unternehmen oder einer Industrie vorgegeben wird

und dem sich andere Marktteilnehmer unterordnen. So ein Unternehmen ist Amazon, denn das Konzept der Plattform, inkl. der im Hintergrund laufenden Fullfilment-Prozesse, hat andere Online-Shops signifikant geprägt. Partner-Systeme funktionieren als Win-Win-Situation aller Teilnehmer und das gemeinsame Ziel „Pünktlichkeit und Kostenoptimierung“. Ein solches Ecosystem haben sie beispielweise im Bereich eines Flughafens, wo die unterschiedlichsten Systeme von der Airline über den Flughafenbetreiber, Groundservices, Triebwerkhersteller bis zum Zoll, im Austausch stehen müssen. Und beim Market-Maker handelt es sich um eine zentrale Plattform, über die Angebot und Nachfrage miteinander „gematcht“ werden, so wie es etwa bei Airbnb der Fall ist.

Sie sind Geschäftsführer und CTO der eurodata tec, einem Unternehmen, das Smart Services zur Einführung von Industrie 4.0 Strategien anbietet. Wie wirkt sich dieses Wissen auf Ihre Produktentwicklung aus?

Boureanu: Die wichtigste Erkenntnis ist, dass die Offenheit und Integrationsfähigkeit von Systemen immer wichtiger werden. Deshalb gestalten wir Integrationstools, die dezentrale Geschäftskonzepte unterstützen. Durch die lose Kopplung ist der direkte Abhängigkeitsgrad gering und die Einsatzmöglichkeiten sind vielfältig. Die übergreifende Transparenz unser Smart Services bildet somit den Grundstein eines integrierten Ecosystems und damit die Basis für den Erfolg eines digitalen Geschäftsmodells.

www.eurodata.de/smart-services

>eurodata