

Die drei Stellhebel für die erfolgreiche Business-Transformation Ihres IT-KMUs

Alle reden über Business-Transformation, aber (zu) viele auch irreführend. Denn die tatsächlich erfolgreichen Geschäftstransformationen zeigen, dass man dabei eben nicht, wie so oft behauptet, dafür primär die neuen digitalen Möglichkeiten erschliessen muss. Ich zeige die drei tatsächlichen Stellhebel zur erfolgreichen Geschäftstransformation von IT-KMUs.

DER AUTOR



Raphael Ledergerber ist Betriebsökonom FH und hat über 20 Jahre Erfahrung in leitenden Positionen in den Bereichen Strategie, Innovation, Change-Management, Marketing, Verkauf sowie Produkt- und Preismanagement. Unter anderem war er Business-Unit-Leiter beim IT-Distributor Also und baute in dieser Funktion einen neuen Geschäftsbereich für Services auf. Heute ist er Inhaber von Ledergerber & Partner sowie Verwaltungsrat und Beirat verschiedener KMUs und Organisationen. Er unterstützt als Sparringspartner, Projektleiter oder Berater Firmen bei der Entwicklung und Umsetzung von Strategien. Zu seinen Kunden gehören unter anderem IT-Fachhändler, IT-Dienstleister, Systemintegratoren und Softwarehersteller.

www.ledergerber-partner.ch

Raphael Ledergerber schreibt in seiner Serie im «IT-Markt» über betriebswirtschaftliche Themen.



Den vollständigen Artikel finden Sie online www.it-markt.ch

Wie halten Sie es mit der Geschäftstransformation Ihres Unternehmens? Wo stehen Sie mit dem Veränderungsprozess Ihres Unternehmens? Wie veränderungsfähig schätzen Sie Ihr Unternehmen ein? Aber Achtung bei (subjektiven) Selbsteinschätzungen: Viele Führungskräfte überschätzen die Veränderungsfähigkeit ihres IT-Unternehmens enorm, wie meine Erfahrung zeigt.

Kurz-Check: Analyse Ihrer Business-Transformation

Überprüfen Sie anhand der drei Ebenen, wie es um die Geschäftstransformation Ihres Unternehmens steht:

- Neue Wachstumsfelder: Wie erfolgreich haben Sie in den letzten drei Jahren neue Produkte und Services am Markt lanciert, neue Märkte erschlossen und neue Geschäftsmodelle entwickelt? Wie viel Prozent Ihres Umsatzes und Gewinns erwirtschaften Sie mit diesen neuen Bereichen?
- Anpassung des Kerngeschäfts: Wie haben Sie Ihr traditionelles Kerngeschäft den neuen, veränderten Marktgegebenheiten effektiv angepasst? Haben Sie dabei das Kerngeschäft Ihres Unternehmens in den Köpfen und Herzen Ihrer Wunschkunden auch tatsächlich repositioniert?
- Profitabilitätssteigerung: Wie entwickelte sich der Gewinn Ihres Unternehmens? Haben Sie die Profitabilität in den vergangenen drei Jahren signifikant steigern können?

Klar, dass es alles andere als einfach ist, zwischen Ihrem Tagesgeschäft und Ihrer strategischen Unternehmensentwicklung zu balancieren. Dennoch schaffen es viele sehr erfolgreiche KMUs, wahre Hidden Champions, ihre Geschäftstransformation konsequent umzusetzen. Diese Unternehmen haben stets drei Gemeinsamkeiten:

1. Sie haben die Mission noch sinnstiftender und die Vision noch inspirierender gestaltet

Warum gibt es Ihr Unternehmen überhaupt, was ist der Zweck (Ihre Mission)? Wohin wollen Sie in den nächsten Jahren, wie soll die Situation Ihres Unternehmens dann aussehen (Ihre Vision)? Haben Sie diese Kernfragen Ihrer unternehmerischen Existenzberechtigung systematisch erarbeitet und sinnstiftend und inspirierend ausformuliert?

Erst der Fokus Ihres gesamten Unternehmens auf eine richtig gute Mission und Vision legt den Grundstein für Ihren unternehmerischen Erfolg von morgen. Damit legen Sie das Fundament für eine sukzessive Business-Transformation.

2. Sie haben die Unternehmenskultur entwickelt, Vergangenes bewusst loszulassen und Neues zu wagen

Wie sehr wird bei Ihnen eine Unternehmenskultur gelebt, in der immer wieder Teile der Vergangenheit bewusst hinter sich gelassen werden? Für Ihre unternehmerisch erfolgreiche Zukunft braucht es entsprechend gelebte Werte. Es braucht den Mut, Neues anzupacken, und um dies erst möglich machen zu können, sich von geliebttem Bestehendem zu trennen.

Diese Werte müssen von Ihnen und Ihrem Führungsteam vorgelebt werden und von allen Mitarbeitenden aktiv eingefordert werden. Erst wenn jedem Mitarbeitenden klar ist, dass Sie systematisch auf zu neuen Ufern wollen, und dafür auch Vergangenes bewusst loslassen, wird Ihre Organisation echt veränderungsfähig sein.

3. Sie erschliessen mit ihren Kernkompetenzen systematisch neue Wachstumsfelder

Was sind die tatsächlichen Kernkompetenzen Ihres Unternehmens: Know-how, Fähigkeiten und Ressourcen, die erstens einen hohen Kundenwert und echte Wettbewerbsvorteile bringen sowie zweitens nicht ohne Weiteres imitierbar sind? Wie erschliessen Sie damit systematisch und konsequent neue Wachstumsfelder?

Alle erinnern sich noch an einstigen Fotografie-Riesen Kodak. Obwohl Kodak sogar als Erster eine tragbare digitale Fotokamera auf den Markt gebracht hat, hat die Digitalisierung Kodak gekillt. Fujifilm hingegen nahm dies als Chance und erfand sich neu, formulierte eine neue Mission und Vision. Darauf bauten sie ihre Kernkompetenzen aus und investierten systematisch und massiv in neue Wachstumsfelder wie Medizinaltechnik und Digitaldruck.

Täglich sehen wir, wie wichtig es gerade für IT-KMUs ist, sich den neuen Gegebenheiten anzupassen. Wo stehen Sie mit Ihrer Business-Transformation? Was hat bereits funktioniert, was noch nicht? Welche Herausforderungen in den Veränderungsprozessen müssen Sie noch bewältigen?