

Kostenoptimierung dank Strategietransformationen

IBM

Software Group



Herzlich willkommen zum Podcast über die Möglichkeiten von Kostenoptimierungen dank Strategietransformationen. Im Gespräch ist Alain Gut, Direktor der Software Group Schweiz und Österreich. Das Interview wird geführt von Manuela Kerker.

Manuela Kerker: „Herr Gut, können Sie einige Angaben zu Ihrer Person und Ihrer Tätigkeit bei der IBM machen?“

Alain Gut: „Sehr gerne. Ich bin seit über 20 Jahren im IT-Bereich tätig und habe die Hälfte dieser Zeit auf der Kundenseite, das heisst in der IT, aber auch im Business-Bereich verbracht, die andere Hälfte auf der Anbieterseite, und zwar im Umfeld von Technologie, Hardware, Software und Dienstleistungen. Seit Mai 2009 bin ich bei der IBM für das Software-Geschäft in der Schweiz und in Österreich verantwortlich.“

Manuela Kerker: „Mit der *Smarter Planet* Vision beabsichtigt die IBM, einen Beitrag zur Entwicklung einer intelligenteren Welt zu leisten. Inwiefern kann die IBM mit dieser Initiative die Unternehmen in der momentan schwierigen Wirtschaftslage unterstützen?“

Alain Gut: „Die Probleme sind allgegenwärtig: Finanzkrise, Klimawandel, Energieknappheit, Versorgungsengpässe. Diese Probleme bringen uns immer wieder zu der Erkenntnis, dass wir alle mehr denn je miteinander verbunden sind – ökonomisch, sozial und technisch. Entsteht heute in einem Teil unserer Welt eine Krise, hat dies innerhalb von wenigen Tagen oder gar Stunden Auswirkungen für einen anderen Teil der Erde zur Folge. Hier liegt eine grosse Herausforderung, aber auch eine Chance. Die Zeit ist gekommen, diese Chance zu nutzen. Die Menschen in aller Welt sind bereit für Veränderungen, und das gilt auch für die grundlegenden Funktionsmechanismen der Welt – sie werden heute durch eine neue Intelligenz bestimmt. Die Technologie dazu ist

verfügbar, und sie ist erschwinglich. Die Schocks, denen etliche Systeme in der Vergangenheit ausgesetzt waren zeigen, dass die bisherigen Ansätze nicht nachhaltig genug sind. Wir von IBM beginnen diesen Dialog, weil wir diese Veränderungen im Hinblick auf eine bessere Welt für überfällig halten. Mit *Smarter Planet* können wir schnell und flexibel einen nachhaltigen Beitrag leisten, wenn es um Zukunftsinvestitionen geht.“

Manuela Kerker: „In der schwierigen aktuellen Wirtschaftslage sehen sich die Unternehmen zusätzlich mit immer höherem Kostendruck, kürzeren Produktlebenszyklen und langsamerem Wachstum in den traditionellen Märkten konfrontiert. Wie können die Unternehmen auf dieses anspruchsvolle Geschäftsumfeld reagieren, bzw. worin liegen die Hauptfaktoren des unternehmerischen Erfolgs, und welche Wettbewerbsvorteile lassen sich dadurch erreichen?“

Alain Gut: „Das heutige wirtschaftliche Geschäftsumfeld macht es sehr schwierig, auf diese Umstände richtig zu reagieren. Agile Unternehmen können sich aber genau diese Situation zunutze machen. Auch IBM ist dies gelungen, und zwar sehr erfolgreich, indem vier strategische Ziele vorgegeben wurden. Einerseits hat man sich auf Kundensegmente konzentriert, in denen man sehr hochwertige Produkte anbieten konnte, und auch im Dienstleistungsbereich wurden neue Angebote erstellt. Ein zweiter wichtiger Punkt war die Entscheidung, in neue Märkte zu investieren und dadurch vom globalen Wachstum zu profitieren. Eine dritte strategische Ausrichtung war, zu versuchen, das Unternehmen global zu integrieren und Entscheidungen bis tief in die Organisationsstruktur einwirken zu lassen. Der letzte, äusserst wichtige Punkt war die Zielsetzung, ein gemeinsames Wertesystem innerhalb des Unternehmens aufzubauen und gleichzeitig ein entsprechendes Performance-Management-System zu integrieren.“

Manuela Kerker: „Welche Voraussetzungen müssen multinationale Unternehmen erfüllen, um diesen Herausforderungen gerecht zu werden?“

Alain Gut: „Jeder Executive in der heutigen Geschäftswelt sollte sich zwei *Key Learnings* vergegenwärtigen: Zum einen muss man flexibel und agil sein. Ich glaube, diese Flexibilität muss für das ganze Unternehmen gelten, da nur auf diese Weise

Wachstum und Effizienz erzielt werden können. Von einem Produktstandpunkt aus gesehen bedeutet dies, Unternehmen müssen sich immer mehr mit Angeboten beschäftigen, die Mehrwert für den Kunden generieren. Von einem betrieblichen Standpunkt aus gesehen geht es darum, die Kostenstrukturen in den Griff zu bekommen und sich darauf zu konzentrieren, Mehrwert für den Kunden zu erzeugen und Kosten, die nicht direkt mit dem Kunden in Zusammenhang stehen, weitestgehend zu eliminieren. Geschäftsführer haben in den letzten Jahren seit dem Ende der ‚Dot-Com‘-Krise branchenübergreifend festgestellt, dass man sehr viele Angaben, sehr viele Daten, sehr viele Informationen zur Verfügung hat und deshalb Entscheidungen heute viel schneller fällen kann als früher, sofern man mit diesen Informationen geschickt umgeht. Analysiert man die Informationen richtig, erlangt man die Fähigkeit, sich optimal anzupassen, flexibel auf die Märkte zu reagieren und die richtige Strategie umzusetzen. Es genügt nicht, ein Unternehmen nur an der Spitze zu verändern. Der Wandel muss sich vielmehr durch die gesamte Organisation ziehen.“

Manuela Kerker: „Inwiefern können IT-Lösungen von IBM zum Unternehmenserfolg beitragen?“

Alain Gut: „Bei IBM arbeiten wir mit unseren Kunden zusammen. Wir bringen unsere Geschäftskennntnisse ein, treiben Forschung und Entwicklung voran und entwickeln Technologien, die unseren Kunden in einem sich schnell ändernden Umfeld deutliche Vorteile bringen. Durch dieses integrierte Vorgehen können wir sehr schnell wirksame Strategien umsetzen – in den verschiedensten Branchen, auf der ganzen Welt. Das IBM Modell ist so aufgebaut, dass es den Kunden erfolgsbringend dabei unterstützt, den Mehrwert seines Geschäfts noch innovativer, effizienter und kompetitiver zu machen. Dieser Ansatz stärkt zu wesentlichen Teilen das Kundenangebot im Technologiebereich – mit Unterstützung durch Technologie. Die verschiedenen Möglichkeiten, die IBM bietet, ob es nun Services, Software, Hardware oder eben Forschungs- und Entwicklungsleistungen sind, setzen unsere Kunden in die Lage, selbst noch bessere Lösungen anbieten können.“

Manuela Kerker: „Vielen Dank für Ihre interessanten Ausführungen.“



© Copyright IBM Corporation 2010. Alle Rechte vorbehalten.

IBM und das IBM Logo sind eingetragene Marken der International Business Machines Corporation in den USA und/oder anderen Ländern.

Marken anderer Unternehmen/Hersteller werden anerkannt. Vertragsbedingungen und Preise erhalten Sie bei den IBM Geschäftsstellen und den IBM Business Partnern. Die Produktinformationen geben den derzeitigen Stand wieder. Gegenstand und Umfang der Leistungen bestimmen sich ausschliesslich nach den jeweiligen Verträgen. Die vorliegende Veröffentlichung dient ausschliesslich der allgemeinen Information.