

Interview: Zukunftsfähigkeit durch digitale Innovation sichern

23.02.2018, 11:43 | IT, New Media & Software

Pressemitteilung von: *Kutura.digital*



Stefan Mintert, Geschäftsführer Kutura GmbH

Am 4. und 5. März 2018 nimmt Kutura als einer der Sponsoren am CEO-Gipfel in Frankfurt am Main teil. Im Vorfeld hat Geschäftsführer Stefan Mintert dem Veranstalter ein Interview gegeben, in dem es um aktuelle Herausforderungen mittelständischer Unternehmen in Zeiten der digitalen Veränderung geht.

+++ Das vollständige Interview mit Informationen zum CEO-Gipfel steht auf <https://goo.gl/xZ73HS> zum PDF-Download zur Verfügung +++

WELCHEN HERAUSFORDERUNGEN STANDEN IHRE KUNDEN UND DEREN GESCHÄFTSFÜHRER IN DEN LETZTEN JAHREN GEGENÜBER?

Stefan Mintert: Unsere mittelständischen Kunden haben einen großen Innovationsbedarf, um ihre Zukunftsfähigkeit zu sichern. Im Digitalen sehen viele zu Recht ihre Chancen, wissen aber oft nicht, welcher Weg einzuschlagen ist. Gleichzeitig liegen die Stärken der Unternehmen in ihren klassischen Bereichen und gerade nicht bei Themen wie Innovation und Softwareentwicklung. Für die Unternehmensführung bedeutet das eine Zunahme an Komplexität in einer Zeit, die sowieso schon durch komplexe Märkte und schnelle Veränderungen geprägt ist. Diese neuen Herausforderungen erfordern neue Rezepte.

WIE KÖNNEN DIESE HERAUSFORDERUNGEN ERFOLGREICH ÜBERSTANDEN WERDEN?

Es gibt drei miteinander verbundene Schwerpunkte:

Innovationsfähigkeit muss in die DNA von Unternehmen einfließen. Bei Innovation geht es nicht um Erfindungen, sondern um innovativen Kundennutzen, um „Value Innovation“. Firmen können das sehr gut mit ihrer Digitalen Transformation verbinden. Nicht umsonst ist der größte Innovationstreiber unserer Zeit die Softwareentwicklung.

Es sind zeitgemäße Managementmethoden erforderlich, die es Unternehmen erlauben, mit Ungewissheit, zunehmender Komplexität und hoher Veränderungsgeschwindigkeit umzugehen.

Von zentraler Bedeutung sind die Mitarbeiter. Es wird weniger darum gehen, Arbeit auf viele Schultern zu verteilen, als vielmehr darum, Teams zu formen, die komplexe Aufgaben lösen. Diese Sichtweise ist nicht nur eine adäquate Antwort für die Fragestellung, sondern hilft – angesichts des viel diskutierten Fachkräftemangels – auch dabei, die Attraktivität des eigenen Unternehmens für digitale Fachkräfte zu erhöhen.

WAS VERSTEHT MAN UNTER ZEITGEMÄßER UNTERNEHMENSSTRATEGIE UND WIE KANN DIESE ZUM ERFOLG DES UNTERNEHMENS BEITRAGEN?

Es wird wichtiger, zweigleisig zu fahren. Einerseits die Fokussierung auf die bekannten Kunden, ihre Bedürfnisse und Anforderungen. Hier kann man sehr gut evolutionäre Innovationen entwickeln. Beispiel: Autos, die immer schneller, sparsamer und leistungsfähiger werden.

Wer sich jedoch gegen sprunghafte Marktveränderungen durch radikal innovative Produkte wappnen möchte, muss selbst Innovation wie ein Startup hervorbringen können. Das ist schwierig, weil es in etablierten Unternehmen oft keine Kultur dafür gibt. Doch man kann das lernen oder auf schnellerem Wege durch Kooperation erlangen.

WELCHE VERÄNDERUNGEN SIND IN DEN LETZTEN JAHREN IM MARKT ZU BEOBACHTEN UND WELCHE TRENDS GIBT ES?

In der digitalen Welt beobachten wir seit Jahren sinkende Innovationskosten und eine enorm steigende Innovationsgeschwindigkeit. Dieser Trend wird sich verstärken. Er wird über Software hinausgehen und auch für physische Produkte immer mehr zu beobachten sein. Softwareentwicklung wird dabei die treibende Rolle spielen. Viele physische Produkte definieren ihre Leistungsmerkmale längst über die darin verbaute Software. Das werden wir in Zukunft häufiger beobachten.

GIBT ES EINEN SCHLÜSSEL ZUM ERFOLG?

Unternehmen müssen digitale Kompetenz als strategische Fähigkeit im direkten Zugriff haben.

Der CEO von Rewe hat eine Beteiligung seines Konzerns an einer Digitalfirma wie folgt begründet: “Wir müssen von diesen Verrückten lernen, denn uns fehlt das Online-Gen in unserer Händler-DNA”. General Motors gibt dem Aufbau einer eigenen Softwareentwicklung mit 8.000 Softwareentwicklern den Vorrang vor klassischem Outsourcing. Der CIO erklärt das so: “To transform the company you really need IT that is designed around GM. There are no other GMs in the world. You don’t want an (outsourced) staff that is focused on GM one moment and Procter & Gamble the next.”

Um in Zukunft digital erfolgreich zu sein, werden viele mittelständische Firmen eine eigene Softwareentwicklung betreiben. Jedes Unternehmen kann lernen, wie das geht. Das kostet Geld und Zeit. Zeit, die vielleicht nicht mehr vorhanden ist. Es muss ein schnellerer, besserer Weg her.

Dieser Weg heißt Kooperation. Aus diesem Grund bieten wir unseren Kunden neben klassischer Beratung auch eine kooperative, langfristige Zusammenarbeit an. Wir legen den Fokus darauf, alle erforderlichen Fähigkeiten für digitale Zukunftsfähigkeit – bzgl. Personal, Management, Innovation – einzubringen bzw. aufzubauen. Wir sind ein Stück weiter als unsere Kunden. Am Ende verkaufen wir einen Vorsprung. Gibt es etwas Wertvolleres?

#####

Portrait

Über Kutura:

Mit allem was wir tun arbeiten wir daran, dass der deutsche Mittelstand die globale Führungsposition in digitaler Leistungsfähigkeit einnimmt. Höhere unternehmerische Schlagkraft, größerer Handlungsspielraum und geringere Komplexität statt IT-Kauderwelsch, leistungsschwachen Dienstleistern und explodierenden Projektkosten. Wir befähigen unsere Kunden zur effizienten Entwicklung herausragender Software, zum zielführenden Management digitaler Projekte und zur nachhaltigen Innovationsfähigkeit. Der Aufbau Ihrer Digitaltochter oder Ihres digitalen Start-ups ist Teil unseres Angebots.

News-ID: 993938 • Views: 653 (Stand: 23.04.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/993938/Interview-Zukunftsaehigkeit-durch-digitale-Innovation-sichern.html>