

Wenn es auf die Perspektive ankommt



Wann ploppt Popcorn?

Spoiler: Popcorn ploppt bei 180° Celsius. Und dann meistens schlagartig, alles auf einmal, der Deckel hält den ploppenden Körnern nicht mehr Stand und der Behälter quillt über. Leittragende der überkochenden Körner sind die Herdplatte, die Mikrowelle oder die Person, die die Körner anschließend aus den entlegensten Orten der Küche wiedereinsammeln muss – schlimmstenfalls handelt es sich um Orte, die länger schon keinen Putzlappen mehr zu Gesicht bekommen haben.

Was die Temperatur beim Popcorn mit der Digitalisierung zu tun hat

Der Schlüssel zum Erfolg: Die kritische Temperatur zu kennen und zu messen, einen Behälter zu verwenden, der groß genug ist, um die Körner auch in ihrem größeren gepufften Zustand als Popcorn zu beherbergen, einen Deckel zu haben, der dem Druck Stand halten kann und natürlich ein Thermometer. Der Popcorn-Koch

ist dann nicht mehr überrascht, wenn das Popcorn ploppt, er weiß es nämlich schon, wenn sich die Temperaturskala der 180° Celsius-Marke nähert.

Popcorn hat mehr mit Digitalisierung zu tun, als wir auf den ersten Blick glauben mögen: Um zu wissen, wann das Popcorn ploppt, wie man sich auf den Zeitpunkt des Ploppens vorbereitet und welche Vorkehrungen zu treffen sind, bedarf es

einer Analyse. Man muss sich seine Körner anschauen, die Instrumente, mit denen man kocht, kennen und die Vorgehensweise Schritt für Schritt planen. Genau das kann auch in der digitalen Welt nur jemand sein, der den Überblick über alle Instrumente hat, der vorausschauend den Zeitpunkt des Ploppens berechnen und das große Ganze bei all der Arbeit im Auge hat. Ich darf Ihnen vorstellen: der Digitalisierungsmanager.



Die Perspektive ist entscheidend

Der Digitalisierungsmanager hat gelernt im Vorfeld zu erkennen, wann Disruption eintritt. Der Digitalisierungsmanager sorgt dafür, dass alle im Unternehmen verstehen und vorbereitet sind, wenn das Popcorn ploppt. Mittels seines Thermometers hat er bereits erkannt, dass sich ein einschneidender Wandel ereignen wird und bereitet sich auf die Verwandlung vom Maiskorn zum Popcorn vor.

Disruption und digitale Transformation mittels verschiedener Instrumente zu erkennen ist in der digitalen Welt von immenser Bedeutung. In unserer

schnelllebigen Wissensgesellschaft kann neues Wissen, eine neue Technologie oder Verfahren dafür sorgen, dass plötzlich kein Stein mehr auf dem anderen bleibt. Um genau diesen Überraschungseffekt zu verhindern, gibt es den Digitalisierungsmanager. Indem er permanent das Unternehmen oder die Organisation auf Basis neuer digitaler Entwicklungen hinterfragt, Kreativitätstechniken anwendet und Szenarien erarbeitet, bleibt er am Zahn der Zeit.

So treibt er beispielsweise schon heute die Modularität, Konnektivität und Autonomie voran und begreift den Einfluss neuer Technologien aus dem Bereich der Künst-

lichen Intelligenz, die sich in den nächsten zehn Jahren exponentiell entwickeln wird. Den Bereich des Internet of Things, Big Data, Robotic Process Automation oder der „digitaler Zwilling“ beherrscht er, um den zukünftigen Herausforderungen zu begegnen. Dabei ist er stets in der Lage, sensibel auf die Signale eines sich ankündigenden Wandels zu reagieren. Die Analyse digitaler Transformationen, deren Dokumentation, verständliche Kommunikation an andere Bereiche des Unternehmens übernimmt er dabei. Das Anwenden von Kreativitätstechniken, um neue Perspektiven zu eröffnen gehört ebenso zu seiner Ausbildung, wie die Kernelemente des Projekt- und Change-Managements.

Koch und Geograf: Die Ausbildung zum Digitalisierungsmanager

Um diese anspruchsvollen Aufgaben zu bewältigen und alle im Unternehmen für den Wandel vorzubereiten, steht dem Digitalisierungsmanager weitaus mehr als Thermometer, Topf und Kochlöffel zur Verfügung. Der Digitalisierungsmanager lernt praktisch, wie er eine Landkarte der Digitalisierung für sein Unternehmen oder seine Organisation erstellen kann. Dabei bedient er sich des folgenden Kochrezepts:

1. Schritt

Der Digitalisierungsmanager erfasst den Ist-Zustand seines Unternehmens oder seiner Organisation, indem er systematisch Daten erfasst. Das erlaubt ihm, die Stärken und die Schwächen herauszustellen. Zusätzlich bildet er die analogen Prozesse in der virtuellen Welt ab. Dadurch kann er die Grundlagen für die Optimierung erkennen und Prozessparameter auswerten. Durch sein umfassendes Verständnis für Digitalisierung wird es ihm möglich, eine Standortbestimmung seines Unternehmens oder seiner Organisation in Punkto Digitalisierung herzustellen.

2. Schritt

Nun geht es um die Optimierung des Ist-Zustands. Die Schwachstellen kann der Digitalisierungsmanager nur deshalb erkennen, weil er gelernt hat verschiedene Perspektiven einzunehmen. Er kennt die idealen Einstiegsmöglichkeiten für die Digitalisierung und weiß, wo und wie am Produkt, am Prozess oder am Geschäftsmodell anzusetzen ist. Hat er die notwendigen Ansatzpunkte herausgestellt, automatisiert der Digitalisierungsmanager die Datenauswertung, die Prozessplanung, -regelung, -optimierung oder den Auftragsprozess und fokussiert eine Auslastungsoptimierung in Echtzeit.

3. Schritt

Digital ist nicht gleich besser. Digitalisierung muss einen Mehrwert bieten, sie darf nicht dysfunktional werden. Das weiß der Digitalisierungsmanager. Sein großes Ziel ist nicht nur Automatisierung, sondern eine intelligente Datennutzung. Er etabliert selbstlernende und selbstorganisierende Systeme wie beispielsweise selbstorganisierende Lieferketten und sollte es doch einmal zu Problemen kommen, weiß die intelligente Fehleranalyse weiter. Auf langfristige Sicht stabilisiert der

Digitalisierungsmanager das Wachstum des Unternehmens oder der Organisation und stellt durch fundierte Prognosen und rechtzeitiges Handeln eine sichere Landkarte mit Wegbeschreibung für die Zukunft bereit. Und das alles, bevor die 180° Celsius, die Disruption, erreicht ist. Das Popcorn wird man dann nicht mehr in den entferntesten Ecken der Küche suchen müssen.

Der Online-Lehrgang zum „Digitalisierungsmanager IHK“ mit Hartwin Maas startet wieder zum 28. April 2022.



Hartwin Maas
Maas
Beratungsgesellschaft
mbH