

Digitalisierung geht uns alle an

23 November 2015 | **Internet of Things** | [Stefan Sarbach](#)

Lesezeit: 4 Minutes

Modewort oder ernst zu nehmender Trend? Bedrohung oder Chance? Eines ist klar: Das Wort „Digitalisierung“ lässt heute niemanden mehr kalt. An den diesjährigen Zühlke Late Afternoon Talks berichteten Experten aus unterschiedlichen Branchen, wie sie die eigene Wertschöpfung dank Digitalisierung erhöhen konnten. Mir haben die Präsentationen einmal mehr vor Augen geführt: Die Digitalisierung betrifft alle - vom etablierten Anbieter von Sicherheitssystemen bis zum aufstrebenden Start-up.

Die letzten Jahre haben Eines gezeigt: [Die Digitalisierung verändert die Welt](#) mit rasender Geschwindigkeit. Da liegt die Frage auf der Hand, was sie für Unternehmen, aber auch für den einzelnen Menschen konkret bedeutet. An unseren Late Afternoon Talks sprach Bruno Messmer, Head of Commercial, Workspace & Collaboration bei Swisscom, daher über die Auswirkungen der [Digitalisierung auf unsere Arbeitswelt](#). Kann unser Jahrtausende altes Gehirn überhaupt mit den heutigen Wachstumsgeschwindigkeiten umgehen? Machen uns all die neuen Technologien wirklich erfolgreicher und glücklicher? Nun ja, die Frage ist wohl viel weniger ob, sondern wie wir damit glücklicher werden. Bruno Messmer lieferte auch gleich den Ansatz für die Zukunft: „Bring your own Brain“. Sprich: Bleib am Ball und eigne dir die richtige Medienkompetenz an, nimm dir Zeit zur Selbsterkenntnis und vor allem: Lerne, dich zu fokussieren! Oder anders gesagt: Wer einfach stehen bleibt und den technologischen Wandel an sich vorbei ziehen lässt, der verpasst den Zug - privat wie auch beruflich.

Dasselbe gilt für Unternehmen. Und zwar für alle. Egal von welcher Grösse oder in welcher Branche. Wer den digitalen Wandel verschläft, wird abgehängt und zwar immer schneller. Daher müssen sich auch erfolgreiche, [seit Jahren etablierte Unternehmen mit dem Thema Digitalisierung auseinandersetzen](#). Die Securiton AG, ein führender Anbieter von Sicherheitssystemen, hat dies getan. Für sie heisst das Stichwort „[Internet of Things](#)“ - also die Vernetzung von Sensoren, Maschinen und Menschen. Jörg Furrer, Leiter Entwicklung bei Securiton, zeigte uns, mit welchen Fragen sie sich dabei beschäftigen. Eine Frage, die sich bei diesem Unternehmen stellt, ist offensichtlich: Wie gehen Sie mit dem Thema Sicherheit um? Cloud, Vernetzung oder Big Data - einem Anbieter von Sicherheitssystemen wäre es bei diesen „Buzzwords“ vor einigen Jahren noch kalt den Rücken herunter gelaufen, tut es vielleicht auch heute noch. Aber das Thema Sicherheit kann und muss gelöst werden. Und vor allem darf es - da zeigte sich Jörg Furrer überzeugt - auf keinen Fall einen Hinderungsgrund darstellen, sich überhaupt mit dem Thema der Digitalisierung

auseinanderzusetzen.

Mit etwas weniger sicherheitskritischen Problemen setzt sich das Start-up „Setza“ auseinander. Das Thema Internet of Things ist für sie aber genauso entscheidend. Denn sie [vernetzen Meetingräume](#). Am Anfang stand ein Problem, das Setza-Gründer Roger Meier immer wieder am eigenen Leib miterlebte: In Grossunternehmen klappt das Buchen von Sitzungszimmern selten. Doppelt gebucht, länger gesessen, gar nicht gebucht. Seine Firma möchte daher die Organisation von Meetings vereinfachen und setzt dazu auf die neuesten Vernetzungsmöglichkeiten. Dank IoT hat er eine Geschäftschance gesehen – mit seinem Start-up möchte er sie nun nutzen.

Ob Start-Up oder etabliertes Unternehmen, [Daten spielen bei der Digitalisierung die entscheidende Rolle](#). Welche Daten brauche ich? Welche Muster kann ich darin erkennen? Wie kann ich diese für den Kunden und auch für mein Unternehmen gewinnbringend nutzen? Genau diesen Fragen gingen die beiden [Data Analytics Spezialisten](#) von Zühlke, Nadja Ulrich und Philipp Morf, am Ende der Late Afternoon Talks nach. Dabei wagten sie einen Blick in die Zukunft und zeigten: Dank [Data Analytics](#) wird sich unser Alltag verändern. Elektronische „Assistenten“ werden uns anhand von ausgeklügelten Algorithmen immer besser unterstützen. Und was heisst das für Unternehmen? Grundsätzlich sehen die beiden drei Gründe, warum sich ein Unternehmen mit Data Analytics-Initiativen auseinandersetzen muss: Data Analytics erlaubt faktenbasierte Entscheidungen, es kann Prozesse optimieren – zum Beispiel durch predictive Maintenance – und es führt zu neuen, innovativen Produkten und Services.

Und damit sind wir wieder beim Endkunden: Das einzige, was er letztlich will, ist ein gutes Erlebnis. Dass die Digitalisierung ein entscheidendes Mittel ist, um dieses Erlebnis zu verbessern, haben die Referenten an unserem Late Afternoon Talk aus verschiedenen Perspektiven eindrücklich aufgezeigt. Damit ist für mich auch klar: Es ist nicht das Unternehmen, das sich für oder gegen eine Digitalisierung entscheiden kann – es sind die Kunden, die die Digitalisierung verlangen.