

NEWS

Praxisorientiertes Programmieren

Master21 hat sich zum Ziel gesetzt, die Schweiz durch «Coding Bootcamps» für die Digitalisierung fit zu machen. Im Unterschied zu bestehenden Anbietern lernt man beim Startup in nur neun Wochen – Vollzeit oder Teilzeit – praxisorientiertes Programmieren von Webseiten und Applikationen. Ausserdem unterstützen die Gründer Melanie Kovacs und Rodrigo Haenggi ihre Absolventen dabei, Jobs oder Praktika bei den Praxispartnern zu finden. Am 9. Januar 2017 startet das nächste Vollzeit-Coding-Bootcamp in Zürich. Kosten: 9400 Franken. Unterrichtssprache ist Englisch.

www.master21.academy

Axa Winterthur hat einen Digital-Chef

Philippe Blank ist neuer Head Corporate Development und Digital Business bei Axa Winterthur. Er arbeitete vorher seit Anfang 2014 bei der Zurich-Versicherung als Head Customer Management. Seine Hauptaufgabe soll die digitale Transformation sein. Seine Karriere begann Blank bei der Credit Suisse als Trainee. Danach war er unter anderem bei Ebay Schweiz, Roland Berger und der Boston Consulting Group tätig.

«digitalswitzerland»

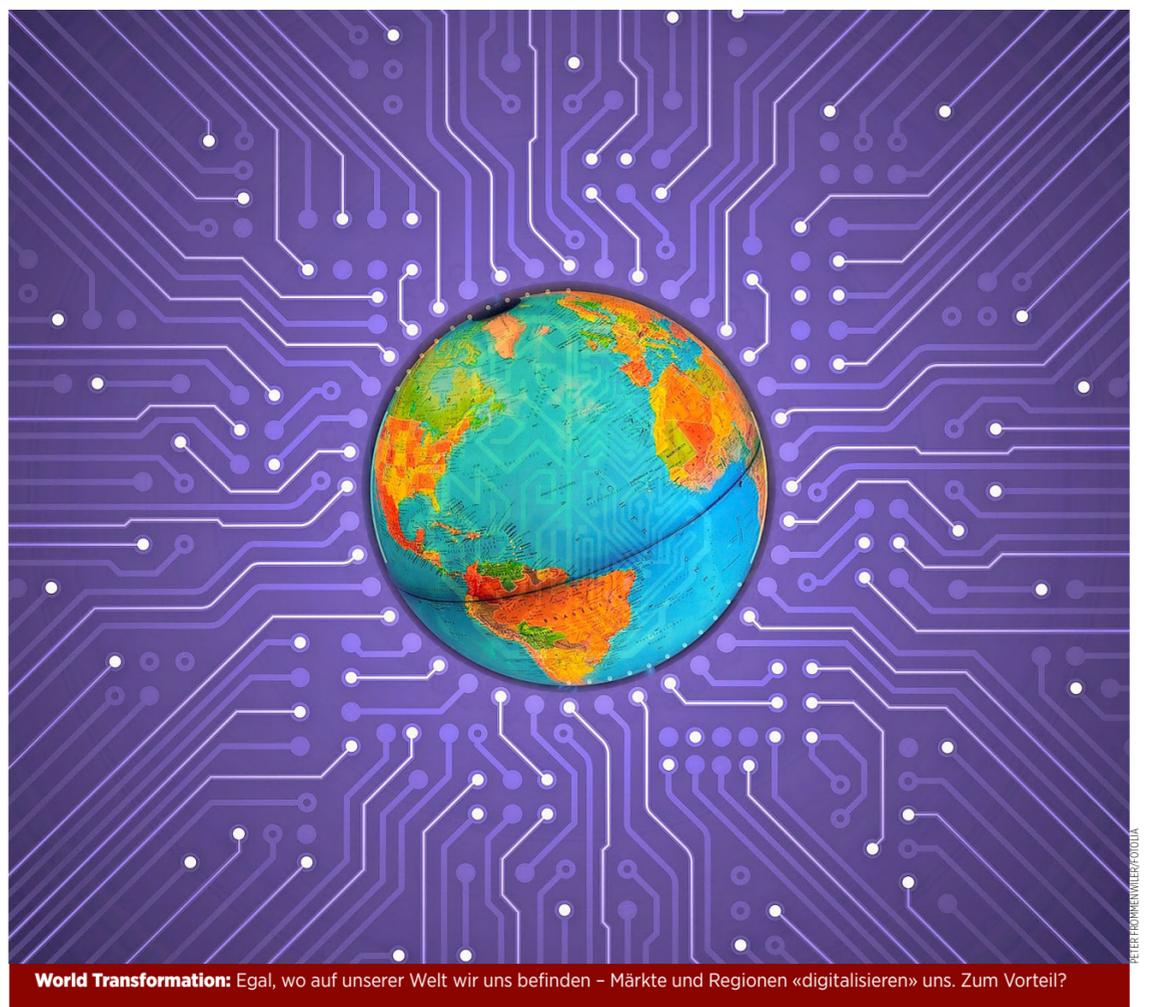
Die Meldung ist nicht neu, sei aber nochmals kurz erwähnt: Die Standort-Initiative «Digital Zurich 2025» wurde auf die ganze Schweiz ausgeweitet. Jetzt heisst das Projekt «digitalswitzerland». Das ganze Land soll als «Zentrum für digitale Innovation in Europa» positioniert werden.

«Um den industrieübergreifenden Standortvorteil der Schweiz noch besser nutzen zu können, ist eine nationale Ausrichtung der Initiative förderlich. Deshalb wird «digitalswitzerland» in die Westschweiz und ins Tessin expandieren und ein Büro an der École polytechnique fédérale de Lausanne (EPFL) eröffnen», erklärte Marc Walder, CEO der Ringier AG und Gründer von «digitalswitzerland».

Deutsches Stochern im Nebel

Deutsche Manager agieren nicht selten auf Basis unzureichender beziehungsweise ungeeigneter Daten. Nur ein Viertel aller Führungskräfte gibt an, dass sie erstens vollständige, zweitens relevante Berichte erhalten, die sie als Arbeitsgrundlage verwenden können. Je höher in der Hierarchie die Führungskräfte stehen, desto grösser wird das Problem. Dies zeigt die Studie «Unternehmenssteuerung 2016» der Unternehmensberatung Kampmann, Berg & Partner. Mehr als 250 Führungskräfte bis hin zur CEO-Ebene wurden dazu befragt. Weitsichtige Entscheidungen, die auf fundierten Informationen gründen – zumindest in vielen deutschen Unternehmen ist das reine Theorie. Manager der höheren Führungsebenen erhalten so zahlreiche Berichte aus ihrem Unternehmen, dass mehr als die Hälfte keine Zeit findet, diese überhaupt zu lesen. Das liegt auch daran, dass diese nicht brauchbar sind: 59 Prozent halten die Daten für unvollständig – und 57 Prozent der für die Studie befragten Führungskräfte beklagen irrelevante Reports. Nur 26 Prozent erhalten Berichte, die vollständige und relevante Informationen liefern.

www.kampmann-berg.de



World Transformation: Egal, wo auf unserer Welt wir uns befinden – Märkte und Regionen «digitalisieren» uns. Zum Vorteil?

«Digitalisierung ist Identität»

Maximilian Viessmann Der Chief Digital Officer der Viessmann Group über das Familienunternehmen und ihre Beschleunigung.

INTERVIEW: ISABEL STEINHOFF

Das Schlagwort Digitalisierung ist in der Wirtschaft nicht mehr wegzudenken. Worin liegt die besondere Herausforderung als Familienunternehmen im Umgang mit dieser Thematik?

Maximilian Viessmann: Wir müssen – wie auch in den 99 Jahren zuvor – unserem Unternehmen eine Identität geben, mit der sich die Menschen – unsere Kunden, Mitarbeiter – identifizieren können. In Zeiten grosser Veränderungen bedeutet dies nicht nur, mit Traditionen zu brechen, sondern sie mitunter sinnvoll zu bewahren. Der Erfolg der Vergangenheit spricht für sich und muss unter anderen Rahmenbedingungen etwas anders interpretiert werden.

In welchem Umfeld befindet sich Viessmann zurzeit?

Wir befinden uns in einem Umfeld, in dem unsere Branchengrenzen gerade neu definiert werden. Sowohl unsere Wettbewerbslandschaft als auch der Fokus unserer Aktivitäten verändert sich. Das bedeutet vor allem, dass sich für uns völlig neue Opportunitäten in anderen Industrien eröffnen.

Wie evaluieren Sie solche Opportunitäten? Wir fokussieren uns auf zwei Dimensionen, erwarten finanziellen Einfluss auf unser Geschäft und Umsetzbarkeit der Opportunitäten. Bei der Umsetzbarkeit steht für uns die technische Skalierbarkeit im Vordergrund. Sollten wir die notwendigen Fähigkeiten und Kapazitäten nicht im Unternehmen haben, eignen wir sie uns über Erweiterung unserer Mannschaft entsprechend an.

Wie sieht Ihre Rolle als Chief Digital Officer konkret aus?

In erster Linie habe ich das Ziel, mich bzw. die Position des CDO überflüssig zu machen. Die digitalen Elemente unseres Geschäftsmodells müssen Teil der bestehenden Aktivitäten werden. Daher transformiere ich das Geschäft im Kern und Sorge für digitale Innovationen von aussen.

Wie haben Sie das Unternehmen digital transformiert bzw. Ihre Mitarbeiter für die Digitalisierung fit gemacht?

Wir haben zunächst für uns ein sehr klares Bild über unser digitales Ökosystem erarbeitet. Insbesondere durch unsere Venture-Capital-Aktivitäten hat sich das Bild sehr geschärft. Dann haben wir unseren Mitarbeitern den Zugang zum Ökosystem ermöglicht. Das klingt nach

«Im Vordergrund steht, dass wir die positiven Elemente der Digitalisierung für die Mitarbeiter nutzbar machen.»

Klischee, ist aber essentiell. Durch Besuche im Silicon Valley, in Berlin und in anderen Ökosystemen, aber insbesondere durch sogenannte «Startup Days» an unseren Standorten haben wir zu einem besseren Grundverständnis der Mitarbei-



Der Digitalisierer

Name: Maximilian Viessmann
Funktion: Chief Digital Officer
Geboren: 1989
Ausbildung: Wirtschaftsingenieurwesen, TU Darmstadt und Karlsruhe Institute of Technology (KIT)

Viessmann Group Sie existiert seit 99 Jahren und hat sich als einer der international führenden Hersteller von Heiz-, Industrie- und Kühlsystemen etabliert. Das Familienunternehmen beschäftigt mittlerweile über 11500 Mitarbeiter und erwirtschaftet mit 22 Produktionsstätten in 11 Ländern und 120 Verkaufsniederlassungen in 74 Ländern einen Gruppenumsatz von 2,2 Milliarden Euro.

ter beigetragen. Design Thinking Workshops und viele Q&A-Sessions haben offene Punkte flankiert.

Wie ist das bei den Mitarbeitern angekommen, insbesondere bei den Non-digital-Natives?

Es ist dies eine Mischung aus positiver Begeisterung und dem Willen, noch besser zu verstehen, was die Aktivitäten konkret für die eigene Tätigkeit bedeuten. Dabei steht im Vordergrund, dass wir die positiven Elemente der Digitalisierung für den einzelnen Mitarbeiter nutzbar machen.

Haben sich Ihre Konkurrenten durch die Digitalisierung verändert?

Unser angestammtes Wettbewerbsumfeld verändert sich derzeit – insbesondere durch junge Unternehmen – sehr stark. Startups sind darauf angewiesen, die Bedürfnisse ihrer Kunden sehr genau zu kennen, um daraus ein funktionierendes Geschäftsmodell abzuleiten. Davon haben wir uns inspirieren lassen. Wir arbeiten heute deutlich enger mit unseren Kunden beziehungsweise Nutzern unserer Produkte zusammen, um noch bessere Lösungen schneller anbieten zu können.

Wie gehen Sie mit den Konkurrenten um?

Wir wollen das Leben der Menschen durch das richtige (Raum-)Klima nachhaltig verbessern, und das auf globaler Ebene. Intuitiverweise kann und sollte man dies nicht allein tun, sondern wie beispielsweise mit BMW in einem Joint Venture. Wir ermöglichen es jungen Unternehmen, unsere Skalierung und Reichweite als Plattform zu nutzen. Dies tun wir nicht nur auf unsere Branchen begrenzt.

Wie sehen die nächsten fünf Jahre aus?

«Busy»... Es gibt eine Menge zu tun – im positiven Sinne. Wir haben es uns erarbeitet, nächstes Jahr unser 100-Jahr-Jubiläum feiern zu dürfen. Das ist der Auftakt für eine breite Offensive, das Zuhause und den geschützten Lebensraum der Menschen ein grosses Stück zu verbessern. Hierfür ist Digitalisierung die wesentliche Voraussetzung.

ANZEIGE

Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften
zhaw IAP Institut für Angewandte Psychologie

Weiterbildung » CAS Leadership Excellence

Im CAS Leadership Excellence setzen sich die Teilnehmenden mit komplexen Fragestellungen der Führung auseinander und beleuchten systemische Zusammenhänge ihrer Organisation. Sie eignen sich Methoden zum professionellen Umgang mit Vielfalt an, reflektieren ihre kulturelle Identität und erhöhen ihre Wirksamkeit in interkulturellen Fragestellungen. Schwerpunkte:

Auseinandersetzung mit neuen Führungsansätzen

Führung in Spannungsfeldern und Dilemmata

Umgang mit Belastungen und Burnout-Prävention

Interkulturelle Kompetenz: Studienwoche im Ausland

Zielpublikum:

Erfahrene Führungspersonen (CEOs, Geschäftsleitende, Abteilungsleitende, Leitende von Führungskräften)

Weitere Informationen und Anmeldung:

» www.zhaw.ch/iap/cas-le

Start am
4. Mai 2017