

Konzerne mit alten Strukturen digitalisieren und erfolgreicher machen

Interview mit Alexander Franke,
Geschäftsführer der etventure business ignition GmbH

■ Bitte erzählen Sie uns, wie es zu der Zusammenarbeit zwischen Ihnen und Klöckner kam.

Klöckner ist über eine Empfehlung aus dem Berliner Netzwerk Hy! zu uns gekommen. Vor dem ersten gemeinsamen Termin haben wir typische Klöckner-Kunden befragt: Was läuft gut? Was könnte besser sein? Und dann unsere Ergebnisse präsentiert. Diese nutzerzentrierte Vorgehensweise war offensichtlich überzeugend, denn wenige Tage später war der Auftrag unterschrieben und es ging sofort los.

■ Ist es richtig, dass Klöckner vor Ihrer Zusammen-

arbeit nur via Fax kommuniziert hat? Wie ist das in der heutigen Geschäftswelt möglich?

Im Stahlhandel laufen alle Bestellungen noch sehr manuell, also per E-Mail, Telefon und Fax. Sowohl Klöckner wie auch die Kunden haben zwar moderne IT- und ERP-Systeme, die aber nicht miteinander kommunizieren können. Das ist natürlich ineffizient und wenig transparent. Der CEO von Klöckner, Gisbert Rühl, hat erkannt, dass hier Aufholbedarf besteht, und die Digitalisierung zur Chefsache gemacht. Sein erklärtes Ziel ist es, bis 2019 über die Hälfte seiner Umsätze kom-



Alexander Franke
Geschäftsführer der etventure business
ignition GmbH

plett online zu generieren. Auch wenn das für andere Industrien unglaublich klingt: Klöckner ist damit Pionier in seiner Branche!

■ Großen Konzernen bei der Digitalisierung zu helfen,

Es ist wichtig
herkömmliche
Denkweisen zu
ändern.

liegt im Trend.
Doch wie kann
man sich die
Umsetzung vor-
stellen? Wie
gehen Sie als
Company Builder das Thema



QR-CODE SCANNEN
UND ONLINE WEITER
LESEN.

Corporate Innovation an?

Als Erstes schauen wir uns das komplette Umfeld des Kunden und seiner Wettbewerber an und - ganz wichtig - reden mit den Leuten. Denn nur so können wir verstehen, wie sie arbeiten und was sie dabei am meisten stört. Dann erarbeiten wir gemeinsam mit dem Kunden die Top-Drei-Prioritäten: Welche Probleme und Hürden sind die gravierendsten, welche lassen sich mit dem geringsten Aufwand am schnellsten lösen. Anschließend bauen wir in wenigen Wochen kleine Prototypen, die wiederum permanenten Nutzertests unterzogen werden. Wenn ein entwickelter Service passt, also das identifizierte Problem löst, entwickeln wir ihn zu Ende und implementieren wir ihn. Idealerweise sollten bis da-

hin nicht mehr als zwei bis drei Monate vergehen.

BENJAMIN PANK

redaktion.de@mediaplanet.com