

Thema: CIO AWARD 2016

Autor: k.A.

results & relations
PR FOR TECHNOLOGY

»ERFOLG BRAUCHT ORIENTIERUNG«

Um für die Digitalisierung gerüstet zu sein, hat Martin Buresch, CIO der KWIZDA Holding, der IT-Abteilung ein eigenes Leitbild verpasst. In Kombination mit stetigen Modernisierungen der IT in den letzten Jahren ist damit die Basis für die kommenden Aufgaben geschaffen.

Martin Buresch ist seit September 2012 CIO der KWIZDA Holding. Heuer wurde er im Rahmen des Confare CIO Awards bereits zum zweiten Mal in Folge als einer der TOP-CIO Österreichs ausgezeichnet.

Die Modernisierungen der IT-Infrastruktur im Rahmen einer digitalen Transformation sind heute für so gut wie jeden IT-Leiter ein Thema. Wie gehen Sie in der Kwizda-Gruppe damit um?

Für mich waren im Rahmen der Modernisierung der IT und der Vorbereitungen auf die Digitalisierung vor allem auch die Frage im Vordergrund, wie gut die IT auf diese Themen vorbereitet ist. Ich kann über verschiedene Konzepte sprechen oder über disruptive Modelle wie Uber oder Airbnb aber am Ende des Tages werden alle diese Konzepte von Menschen geplant und umgesetzt. Mir war wichtig, dass wir als Kwizda IT gut vorbereitet sind und auch technisch, organisatorisch und kompetenzseitig darauf ausgerichtet sind.

Wir haben schon einen starken Modernisierungsschub hinter uns, wo wir ein neues ERP-Projekt aufgesetzt haben, um das ERP-System, die EDI Plattform inklusive der Kundenportale zu erneuern. Wir haben uns dann für den Einsatz von SAP HANA entschieden. Der Umstieg ist ja nicht nur ein Wechsel der Datenbank. Wir wechseln die gesamte Technologie aus, Software und Hardware. Das gesamte Knowhow muss erst neu aufgebaut werden. Wir haben uns auch im CRM-Bereich neu aufgestellt, indem wir die Altanwendungen schrittweise in die SAP Cloud auslagern. Das waren alles Veränderungen, die sehr umfangreich sind

Die Jury beim CIO Award hat in ihrer Erklärung vor allem das ausgeklügelte Kommunikationssystem erwähnt, dass Sie im Unternehmen eingeführt haben. Worum handelt es sich da genau?

Wir haben aufgrund der vielen Projekte, die auf uns zukommen beschlossen, ein Leitbild der Kwizda IT zu entwickeln, um unsere Identität als IT zu fixieren und zu definieren, in welcher Rolle

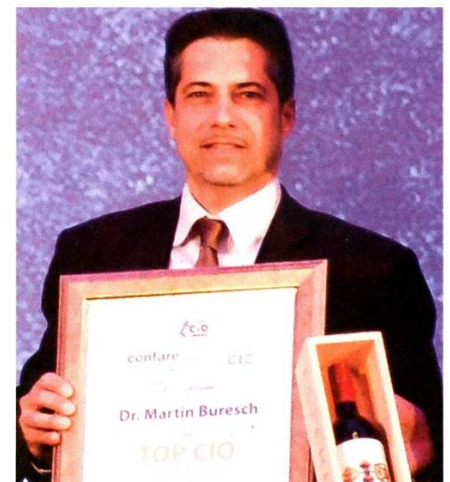
wir in der Zukunft das Business unterstützen. Wir haben sehr viele langgediente Mitarbeiter, die mit neuen Kollegen gut integriert sind, aber es sind doch zwei Kulturen und da bedarf es einer gemeinsamen Ausrichtung. Daher haben wir beschlossen, ein Marketing- und Kommunikationskonzept zu erarbeiten. Wir haben das mit einer professionellen Agentur gemacht und ein gemeinsames Leitbild für uns aber auch nach außen entwickelt. Wir als Kwizda IT wollen den Weg vorgeben und aufzeigen wie IT nicht nur neue Geschäftsmodelle oder Services generieren kann, sondern auch Beispiele dafür geben, die die Fachabteilungen überzeugen. Wir haben daraus den Slogan kreiert ‚Erfolg braucht Orientierung‘, das ist quasi unser Versprechen an das Business. Wir haben dies auch in einem eigenen Logo und Emoticons repräsentiert.

Üblicherweise gibt das Business ja der IT vor, welche Lösungen wie und wofür eingesetzt werden sollen.

Die Philosophie, die Businessstrategie kommt vor der IT-Strategie, hat sich nur beschränkt bewährt. Selten ist eine Business-Strategie so gut ausformuliert, das man eine IT-Strategie darauf aufbauen könnte. Vielversprechender ist der Ansatz mit dem Business gemeinsam die Potentiale der IT für die Weiterentwicklung der Services und Geschäftsmodelle zu erarbeiten. Dieses Vorgehen wird – bei entsprechender Vorbereitung – auf Akzeptanz stoßen. Das Kommunikationskonzept war der erste Schritt aber das in das tägliche Leben und in die Prozesse zu bringen, ist der aktuelle Schritt, den wir jetzt im Rahmen eines kontinuierlichen Verbesserungsprozesses angehen um damit unsere selbst definierte Identität zu leben und nach außen zu tragen.

Sehen Sie sich schon als CDO, als Chief Digital Officer?

Wir sind eine zentrale IT in der Holding, ohne Schatten-IT. Bei allen Themen die mit IT und Kommunikationsmitteln zu tun haben, sind wir der erste und auch einzige Ansprechpartner und



Martin Buresch, CIO der KWIZDA Holding: »Die Zeit für Innovationsthemen muss ich mir nehmen.«

sind darin auch anerkannt. Ich sehe diese Rolle als führend durchaus bei mir, aber natürlich auch verteilt auf das gesamte IT-Management-Team, das aus mehreren Bereichsleitern besteht. Deren tieferes Wissen über die Technologien und Prozessdetails ist wertvoll für die konkreten Business Cases.

Was Ihnen die Zeit gibt, sich um Innovationsthemen zu kümmern.

Nein. Ich muss mir die Zeit dafür einfach nehmen. Das wäre zu schön. Es würde sicherlich Sinn machen, sich ein halbes Jahr nur mit diesen Themen zu beschäftigen und dann wirklich firm zu sein, aber das ist in einer Struktur, wie wir sie haben, einfach kaum machbar. Ich kann mich aber mit den Divisionsleitern, meinem CFO und den Eigentümern austauschen und werde in diesem Sinne unterstützt. Wer sich die Zeit aber nicht nimmt, um auf Innovationsthemen vorbereitet zu sein, ist sicherlich nicht gut beraten.

Im Rahmen der Digitalisierung und mit Tools wie Social Media oder Big Data soll ja auch die Kunden wieder mehr in den Fokus rücken. Manche sprechen hier von einer ‚customer centric era‘. Wie sehen Sie das?

Thema: CIO AWARD 2016

Autor: k.A.

Ich sehe es so, dass eine verstärkte Kundenfokussierung notwendig ist. Das war eigentlich schon immer ein Thema, manchmal wurde der Kunde vielleicht vergessen, weil man zu technologieorientiert war. Man muss aber immer unterscheiden: Was will der Kunde und was braucht der Kunde wirklich? Das ist eine kreative Dissonanz, die man diskutieren muss. Wenn ich unreflektiert alles mache, was der Kunde will, heißt das nicht unbedingt, dass das für den Kunden oder uns als Kwizda IT auch gut ist. Die Kundenanforderungen müssen in einem gemeinsamen Diskurs definiert werden, aber in den müssen die Kunden auch von Anfang an eingebunden werden.

Mit welchen Themen beschäftigen Sie sich kurz- bis mittelfristig, um nach zwei Top-CIO Auszeichnungen im nächsten Jahr ganz oben auf dem Treppchen zu stehen?

So ein Award ist natürlich immer auch ein Ansporn. Nachdem wir jetzt in den letzten Jahren die Basis für digitalisierte Geschäftsprozesse gelegt haben, können wir jetzt die nächsten Schritte machen. Beim Großhandel wurden Ablieferscans für die Medikamente beim Apotheker geschaffen, so dass wir wirklich von der Bestellung bis zur Lieferung die Datenlogistik

komplett verfügbar haben. Dadurch sind wir dann in der Lage, integrierte digitalisierte Services anzubieten. Im nächsten Schritt geht es darum, eine digitale Roadmap zu entwickeln, die auch schon konkrete Projekte beinhaltet, die aufeinander abgestimmt dazu führen, dass neue Services und gegebenenfalls neue Geschäftsmodelle entwickelt werden. Das ist die gemeinsame Zielsetzung mit den Divisionen. Durch unsere gute Vorarbeit sind wir im Gegensatz zu früher auch in der Lage, diese Lösungen sehr schnell anbieten zu können.

|AW



Martin Buresch hat es nach 2015 heuer zum zweiten Mal in Folge unter die Top-CIO Österreichs geschafft. Imponiert hat der Jury sein Motto als CIO: »Erfolg braucht Orientierung.« Dieses stehe dafür, dass Buresch es mit einem ausgeklügelten Kommunikationskonzept schafft, die unterschiedlichen Interessen im Konzern unter einen Hut zu bringen.

Martin Buresch, CIO der KWIZDA Holding