

# Nicht länger im Kreis drehen – das Digitalisierungsdreieck als Sprungbrett nutzen

Die digitale Transformation ist für Unternehmen längst kein «Nice to have» mehr, sondern stellt heute eine essenzielle Voraussetzung für Wettbewerbsfähigkeit dar. Die Fachleute von Staufen.Inova unterstützen Firmen in ihren Digitalisierungsbemühungen und machen das abstrakte Thema «greifbar» – mithilfe eines Dreiecks.

**Achim Schwichtenberg**  
Head Digital Consulting  
Staufen.Inova



**Achim Schwichtenberg, Unternehmen stehen vor der Herausforderung, die digitale Transformation quasi unter «Vollbetrieb» erfolgreich umzusetzen. Eine anspruchsvolle Aufgabe.**

Das stimmt. Die Umsetzung von Digitalisierungsmassnahmen erfordert Zeit, eine entsprechende Expertise sowie ein klares Commitment. Und während dieses Prozesses muss die Firma weiterhin operationell bleiben. Unsere Aufgabe bei Staufen.Inova besteht daher darin, mit unserem «Digital Consulting» Betriebe bei diesem anspruchsvollen Balanceakt zu unterstützen.

## Wie gehen Sie dabei vor?

Als allererstes bemühen wir uns darum, für unsere Kundinnen und Kunden das abstrakte Thema «Digitalisierung» greifbar zu machen. Ein klares Zielbild und die Unternehmensstrategie sind zwingende Voraussetzung jeder Transformation. Für die Mitarbeitenden wird der angestrebte Zielzustand und Mehrwert durch die Digitalisierung verständlich und attraktiv. Das Zielbild dient als «Nordstern» zur begleitenden Orientierung. Wir verwenden dafür das Bild des Digitalisierungsdreiecks: Die Seiten dieses geometrischen Körpers werden gebildet von den drei zentralen unternehmerischen Themenblöcken «Digital», «Prozessframework» sowie «Kultur und Führung».

## Ein klares Zielbild und die Unternehmensstrategie sind zwingende Voraussetzung jeder Transformation.

### Erläutern Sie uns das Dreieck bitte im Detail – wie bringt es Unternehmen konkret voran?

Wir verfolgen mit unserem Consulting eine langfristige Perspektive und wollen Betriebe nicht nur heute dazu befähigen, auf Veränderungen zu reagieren, sondern es ihnen ermöglichen, proaktiv zu agieren und mit einer marktführenden Supply Chain ihre Märkte zu dominieren. Denn der Wandel ist eine Konstante in der Digitalisierung. Wenn wir vom Themenblock «Digital» sprechen, geht es um die Analyse von Daten sowie deren Transformation in Informationen, die Unternehmen als Entscheidungsgrundlage dienen können. Vielen Managerinnen und Managern ist zwar bewusst, dass in ihrer Firma viele Daten anfallen, doch diese sind häufig unstrukturiert und damit nicht nutzbar. Das ändern wir, mit unserer Expertise sowie unseren Anwendungen. Die Vorteile für den Betrieb ergeben sich praktisch sofort.

### Können Sie ein Beispiel nennen?

Durch die Aufbereitung und Nutzung der Daten sind wir der «Peacemaker» für die Supply Chain und sorgen daher für mehr Geschäft bei unserer Kundschaft durch eine gesteigerte Supply-Chain-Resilience. Aufgrund der

Pandemie sind internationale Lieferketten in den letzten beiden Jahren ins Stocken geraten, was man auch hierzulande merkt. Wenn man aber aktuelle Betriebsdaten stets darüber im Bilde ist, wie hoch die Bestände sind, wo Lücken im Lager auftauchen und wie sich der Warenfluss aktuell präsentiert, kann man das eigene Supply-Chain-Management optimieren und negative Trends abfedern. Dabei unterstützen wir unsere Kundschaft. Konkret richten wir zum Beispiel Dashboards ein, die ihnen die genannten Informationen in Echtzeit transparent aufzeigen, durch Künstliche Intelligenz potenzielle Risiken entdecken sowie Lösungsvorschläge automatisiert umsetzen, wodurch ein exzellentes Kundenerlebnis entsteht. Wir lassen Unternehmen danach nicht einfach alleine, sondern begleiten sie auf Wunsch weiterhin mit unserer Expertise und unterstützen Mitarbeitende von C-suite-Level bis Blue Collar dabei, ihre Daten richtig zu interpretieren und sie als Entscheidungsgrundlage zu nutzen. Das führt uns zum zweiten Schwerpunkt innerhalb des Digitalisierungsdreiecks: dem Prozessframework.

## Wodurch zeichnet sich dieses aus?

Wir verfügen bei Staufen.Inova über mehr als 20 Jahre Erfahrung in der Begleitung von Unternehmen in eine digitale Zukunft. Doch nicht nur technische Massnahmen, sondern auch das grundlegende «Business Rational» müssen kritisch hinterfragt werden, um zu eruieren, ob es valide und belastbar ist. Denn anders als der Name vermuten lässt, geht es bei der digitalen Transformation nicht nur um digitale Technologien. Wer den eigenen Betrieb erfolgreich in ein «Data Driven Enterprise» umwandeln möchte, muss zwingend die Belegschaft auf diese Reise mitnehmen. Das geht leider oft vergessen. Darum erarbeiten wir mit einem Framework unter anderem Szenarien für die Mitarbeitenden, die ihnen den Wandel erleichtern und die langfristigen Ziele der Veränderungen für sie besser nachvollziehbar machen. Damit kommen wir zum dritten Punkt im Digitalisierungsdreieck, dem Thema «Kultur und Werte». Was Staufen.Inova hier abhebt, ist die Tatsache, dass wir die Vorzüge, die der Transformationsprozess auf die Firmenkultur hat, aufzeigen können.

## Wie das?

Kulturelle Transformation bedeutet unter anderem das Sammeln und Auswerten von umfassenden Informationen, das Planen und Organisieren von unzähligen Interaktionen mit Geschäftsleitung, Management, Mitarbeitenden und weiteren Stakeholdern, sowie die konstante Überwachung von KPIs sowie ein entsprechendes Reporting. Um die Projektleitung schlank und effizient zu gestalten, verwenden wir intern eine selbst entwickelte Software, welche den gesamten Prozess – von der ersten Informationssammlung bis zur Übergabe in die Autonomie – steuert und begleitet. Die Software-Plattform dient als Basis für das taktische und operative Programm-Management, die Erfolgsmessung sowie das Reporting. Damit beantworten wir eine zentrale Frage für das Management: Ist die kulturelle Transformation messbar? Ja. Definitiv.

## Wie lange dauert ein Digital Consulting?

Das hängt stark vom jeweiligen Unternehmen ab. Das Minimum beträgt drei Monate und kann sich im Maximalfall auf einen Zeitraum von drei bis fünf Jahren erstrecken. Doch auch nach Ablauf dieses Mandats begleiten wir unsere Kundinnen und Kunden auf Wunsch punktuell: So bieten wir etwa Dienstleistungen wie Datenanalyse und Künstliche Intelligenz als a Service an. Das stellt eine grosse Entlastung für unsere Kundenunternehmen dar, die vorwiegend aus dem Medtech- und Life-Sciences-Bereich sowie der MEM- und Food-Branche stammen.



## Use Case Wandfluh AG

### Wenn Tradition auf digitale Innovation trifft

**Auch Traditionsunternehmen wie die Wandfluh AG sehen sich mit der Frage konfrontiert, wie sie die eigene digitale Zukunft gestalten sollen. Gemeinsam mit Staufen.Inova wurde die passende Antwort gefunden.**

Die Geschichte der Wandfluh AG reicht bis ins Jahr 1946 zurück. Damals gründete Ruedi Wandfluh im zarten Alter von 21 Jahren eine kleine mechanische Werkstatt, um dort allgemeine Reparaturarbeiten zu erledigen. Doch leider verstarb der Firmengründer bereits 1954, weshalb seine Frau Gertrud Wandfluh den Betrieb mit damals zehn Mitarbeitenden übernahm. Sie war es auch, die 1960 die Entscheidung traf, ins heutige Kerngeschäft von Wandfluh, der Entwicklung und Herstellung von Hydraulikventilen, einzusteigen.

1983 übernahm ihr Sohn Hansruedi Wandfluh die Geschicke der Firma, die zu diesem Zeitpunkt bereits 127 Personen beschäftigte. Visionär expandierte er ins Ausland und meisterte die Internationalisierung der Firma erfolgreich. Von Frutigen ausgehend entstanden Niederlassungen in den USA, Deutschland sowie Frankreich. Auch in China wurde 2005 ein Werk eröffnet. 2017 erfolgte dann der nächste Stabwechsel an seinen Sohn Matthias. Der ETH-Maschinenbauer verfügt ebenfalls über das familieneigene Unternehmer-Gen und übernahm die Firma mit mittlerweile 380 Mitarbeitenden.

## Innovation als Teil der Firmen-DNA

Die Geschichte der Unternehmerfamilie Wandfluh war von Beginn an geprägt von Mut und Neugier, aber auch von einer gesunden Portion Skepsis und Humor – essenzielle Zutaten, um eine Transformation erfolgreich zu gestalten. Im Zuge der Übernahme durch Matthias Wandfluh wurde schnell klar, dass das Unternehmen eine Grösse und Komplexität erreicht hatte, die nicht nur mit einem guten Bauchgefühl geführt werden konnte. Transparenz im Entscheidungsprozess sowie eine starke, geschlossene Führungsmannschaft mussten aufgebaut und kultiviert werden. Zu diesem Zweck sollte eine neutrale Aussensicht heringebracht werden. Darum wurde gemeinsam mit Staufen.Inova ein zukunftsorientiertes und attraktives Zielbild entwickelt und eine Transformationsroadmap für die ganze Firma aufgesetzt. «Summit 23», eine Bergtour mit vielen Etappen, welche die verschiedenen Meilensteine der Transformation symbolisieren, war geboren. Eine Wanderkarte mit allen Etappen wurde entwickelt und sogar Wanderschilder, die den Weg zu den Pilotbereichen weisen, in der Firma aufgestellt. Gleichzeitig nahm das Neubauprojekt seinen Anfang, welches im September 2021 abgeschlossen wurde. In den neuen Räumlichkeiten kommen moderne Arbeitssysteme und -ansätze zur Anwendung: Ein agiles Fertigungskonzept mit Fertigungszellen stellt sicher, dass die Prozesse so schlank wie möglich ablaufen und die Materialien ohne Unterbrechung durch die Fabrik fließen können. Prozesse werden geführt und kontinuierlich weiterentwickelt. Zu diesem Zweck wurde die Anwendung «Shopfloor Management» in weiten Teilen der Firma ausgerollt und damit die notwendige Transparenz geschaffen, um optimale unternehmerische Entscheidungen treffen zu können.

Matthias Wandfluh hat es geschafft, sein Team in eine neue Zukunft zu führen. Er brachte und bringt den Mut und die Neugier auf, um neue Wege einzuschlagen. Gleichzeitig legt er die notwendige Skepsis gegenüber Neuem an den Tag, um der geerdeten Tradition der Familie treu bleiben zu können. Sich in der modernen Businesswelt auf eine solche Wanderung einzulassen, setzt ebenfalls eine gehörige Portion Humor und die Gelassenheit voraus. Glücklicherweise zeichnete dies die Familie Wandfluh, eine Unternehmerfamilie wie sie die Schweizer Wirtschaft braucht, schon immer aus.

«Die Impulse von aussen durch Staufen.Inova sowie die schonungslose Transparenz hat uns neue Wege aufgezeigt und den Antrieb, die Dinge in die Hand zu nehmen, für die letzten drei Jahre gegeben. Summit 23 ist ein Teil unseres Alltags geworden und hat uns vor allem in den Köpfen agiler gemacht und die Bereitschaft für Veränderungen geschaffen. Ein Wert, mit dem wir auch die nächsten Herausforderungen vollumfänglich meistern werden.»

## Über Staufen.Inova

Die Staufen.Inova AG zählt zu den führenden internationalen Beratungshäusern für Transformation. Neue Geschäftsmodelle, agile Strukturen, effektives Prozessframework, Digitalisierung und der Wandel in Führung und Kultur sind die Bausteine für erfolgreiche Unternehmensentwicklungen. Das Unternehmen berät ganzheitlich, um Wertschöpfungs- und Managementprozesse zu optimieren sowie Innovations- und Entwicklungsaktivitäten gezielt auf zukünftige Marktanforderungen auszurichten.

Transformation. Always on: Staufen.Inova ist überzeugt, dass Transformationswille der Schlüssel für eine nachhaltige Zukunftssicherung ist. Deshalb sind die Antennen «always on» für innovative und mutige Prozesse. Nur so kann das Unternehmen eine Expertise in der Gestaltung erfolgreicher Wertschöpfungsketten bieten, die immer am Puls der Zeit schlägt.

International agierenden Unternehmen bieten die mehr als 340 Mitarbeitenden der Staufen-Gruppe weltweit auch lokale Unterstützung an.

Weitere Informationen unter [www.staufen-inova.ch](http://www.staufen-inova.ch)

**STAUFEN.**  
i n o v a

