



Adel Al-Saleh,
Vorstand T-Systems
Deutsche Telekom AG
und CEO T-Systems

Denk wie dein Kunde.

WAS HABEN SIE HEUTE MIT IHREM SMARTPHONE SCHON GEMACHT? Ein Taxi bestellt, ein Ticket bezahlt, Ihr Auto wiedergefunden? Täglich eine neue App auf das eigene Smartphone zu laden ist für Zigmillionen Menschen heute schon fast selbstverständlich geworden. Das zeigt uns zwei Dinge:

- mit welchem Tempo Digitalisierung uns rund um die Uhr neue Angebote macht
- und dass es schon viel mehr digitale Innovationen gibt, als wir nutzen können.

Manche der Apps werden wir noch jahrelang nicht missen wollen. Andere womöglich nach zwei Tagen wieder löschen. Was bedeutet das für Unternehmen?

Als Allererstes: Unternehmen können Technologie als selbstverständlich betrachten. Etwa wenn es darum geht, mit neuen Services rund um das Thema Predictive die eigenen Kunden zu begeistern. Ob es dafür das IoT braucht, die Cloud, Data Analytics oder natürlich die Netze – die Technik ist schon da. Bei der Digitalisierung geht es heute nicht mehr vorrangig darum, Geld zu sparen, sondern vielmehr darum, neue Geschäftsmodelle und damit „New Business“ zu ermöglichen. Und das tun wir am aussichtsreichsten, wenn wir bei der Auswahl von Technik den Kunden in den Mittelpunkt stellen. Mit welcher Technologie mache ich Kauf und Nutzen meiner Produkte und Dienstleistungen für den eigenen Kunden attraktiver und binde ich ihn noch enger an mich? Ich glaube, das ist am einfachsten, wenn wir die Wünsche und Bedarfe unserer Kunden wirklich erkennen.

Was quält zum Beispiel Automobilhersteller, deren neueste „Erkönige“ von 150.000 km langen Testfahrten Daten im zweistelligen Petabytebereich mitbringen? Antwort: wie sie diese enormen Datenmengen möglichst rasch übertragen, eingelesen und ausgewertet bekommen. Mit einer ureigenen Entwicklung von T-Systems, über die wir in diesem Heft berichten, dauert so etwas heute wenige Stunden. Früher brauchte es mehrere Wochen!

Oder nehmen wir die Lebensmittelbranche. Deren Warenwirtschaftsketten sind nicht zuletzt deshalb fragil, weil

sie – kaum zu glauben – zu fast 60 Prozent von der weltweiten Bestäubungsleistung gesunder, arbeitsfähiger Bienen abhängen. Darum hat sich das Innovation-Center von T-Systems die Frage gestellt: Wie können wir Lebensmittelindustrie und Handel helfen, ihre Versorgung der Kunden mit Obst, Gemüse oder Kosmetikprodukten sicherzustellen? Das Ergebnis ist eine IoT-Plattform aus der Cloud, die quasi als Gesundheitsvorsorge das Leben und Arbeiten von Bienen – der Nummer drei unter den wichtigsten Nutztieren des Menschen – leichter machen wird. Gesünder. Zuverlässiger. Ertragreicher. Sensorik, Netze, Rechenleistung, Algorithmen – das alles war verfügbar. Was noch fehlte, war der entscheidende Service, der die Prozesse von Imkern und Landwirten, des Handels und der Industrie – und nicht zuletzt unsere Umwelt – nachhaltig unterstützt. Und das ist mein Punkt. Für Unternehmen, ihre Kundenbeziehung und die Chance auf neue Geschäftsmodelle heißt das: Ob eine Innovation zum Asset taugt oder nur zum Gimmick, ist eine Frage der Idee dahinter.

In diesem Sinne gehen auch wir bei T-Systems nicht nur in unserem Innovation-Center andere Wege. Dafür bauen wir in diesen Monaten unsere neue Einheit „Digital Solutions“ auf, mit 4.800 Kollegen, deren Job es ist, für Unternehmen schnelle Werte zu schaffen. Co-Innovation, im Team mit unseren Kunden, ist ihre erste Priorität. Schnelle Lösungen von Fragen, die Unternehmen sich heute stellen müssen.

Natürlich bietet die Digitalisierung schon sehr viel von allem, was man dafür benötigt. Aber niemals ist es Technologie an sich, die ein gegebenenfalls jahrzehntelang erfolgreiches Geschäftsmodell in kürzester Zeit pulverisieren kann. Die größte Bedrohung für die Nachhaltigkeit jedes Geschäfts ist, seine Kunden aus dem Auge zu verlieren.

Herzlichst Ihr

Adel Al-Saleh