

TechnoVision: Neue Technologien gezielt für den Unternehmenserfolg nutzen

Dr. Jan-Peter Richter, Dr. Marion Kremer

Capgemini Deutschland GmbH
Lübecker Straße 128
22087 Hamburg
jan-peter.richter@capgemini.com
marion.kremer@capgemini.com

Abstract: IT-Technologie wird heute nicht mehr nur genutzt, um bekannte Geschäftsmodelle zu beschleunigen. Sie steht im Zentrum der Fortentwicklung des Geschäfts selbst. Folglich ist der weit überwiegende Teil der fachlichen Treiber (Businessdriver) großer Unternehmen heute direkt mit neuen IT-Technologien verknüpft – sei es, dass sie nur durch Einsatz von Technologie bewältigt werden können oder dass sie überhaupt erst durch die neuen Technologien entstehen. Capgeminis TechnoVision [Cap11] bietet eine Methodik, auf der Basis der Analyse individueller Businessstreiber eines Unternehmens eine strategische Auswahl von Technologien zu treffen und daraus ein Vorhabenportfolio zu erstellen.

1. TechnoVision: Agora, Businessstreiber und Technologiecluster

Herzstück der TechnoVision ist der Gedanke, dass Business und IT über neue Anforderungen des Business und neue Möglichkeiten auf Seiten der IT ins Gespräch kommen und ein gemeinsames Bild entwickeln müssen. Dazu dient die *Agora* (im Sinnes des antiken Marktplatzes) auf der sich beide treffen. Seinen finalen Ausdruck findet dieser Diskurs in einer Matrix, in der individuelle Businessstreiber in Beziehung zu neuen Technologien gestellt werden. Die TechnoVision bietet dazu eine Analyse branchenspezifischer, allgemeiner Businessstreiber als Ausgangspunkt sowie einen detaillierten Katalog aus 21 Technologiebausteinen, strukturiert in sieben Clustern.

Das **You Experience** Cluster beschreibt z.B. eine neue Generation von Benutzerschnittstellen und Geräten, die den Endanwendern ein Höchstmaß an Freiheit und Individualität erlauben. Die zugrundeliegenden Bausteine sind *Rich Internet Applications* von AJAX bis zu virtuellen 3D-Welten, die *iPodification*, d.h. die Bereitstellung aller Funktionen auf tragbaren, weit verbreiteten Endbenutzergeräten sowie *Human Mashup Interaction*, die Komposition von individuellen Mensch-Maschine-Schnittstellen mittels Portalen am Arbeitsplatz bis zu Endkunden-eigenen Webseiten zur Dienstnutzung wie bei iGoogle.

Die weiteren Cluster sind: **We Collaborate** – lebende und kreative Kunden- und Partnerbeziehungen durch Social Software, **Process-on-the-Fly** – die adaptive Gestaltung von Geschäftsprozessen, **Triving on Data** – effiziente und innovative Nutzung großer Datenmengen, **Sector-as-a-Service** – Cloud-Technologien zur Auslagerungen ganzer Geschäftsfunktionen, **Invisible Infostructure** – IT-Basisdienste „aus der Steckdose“, sowie das „virtuelle“ Cluster **LiberArchitecture: Offene Standards, Serviceorientierung** und die *Cloud-Basistechnologien* zur Unterstützung der anderen Technologien und zur Befreiung der Organisationen von alten IT-Zwängen.

2. Workshop und Business Technology Agenda

Kern der Vorbereitung eines TechnoVision Workshops ist die Identifikation der Businessstreiber. Dies sind bedeutende Herausforderungen oder Vorhaben, die darauf zielen, eine Strategie umzusetzen, einen Missstand zu beheben, eine Chance zu nutzen, einem negativen Einfluss zu begegnen, etc. Ein gut abgegrenzter strategischer Businessstreiber ist z.B. „die Fähigkeit, 1 Million neue Kunden pro Monat zu bedienen“. Weitere Kategorien für Businessstreiber sind gesellschaftliche Trends, die Optimierung interner Prozesse, die Verbesserung der Außenwirkung oder regulatorische Auflagen.

Der TechnoVision Workshop beginnt mit einer ausführlichen Diskussion der Technologiebausteine und deren Clusterung. Durch Beispiele konkreter geschäftlicher Nutzung der Technologien wird die Übertragung, d.h. das Erkennen ihrer Bedeutung für die betrachtete Organisation erst möglich. Anschließend wird gemeinsam die Matrix aller Schnittpunkte gefüllt. Dabei werden die Cluster bewertet, ob sie ein „Muss“ für die Bewältigung des Businessstreibers darstellen, hilfreich oder selbst Ursache sind. Bei der Diskussion zu dieser Bewertung kommt es darauf an, eine klare Vision davon zu entwickeln, *welche* Technologie(n) des Clusters *wie* eingesetzt werden können. Abschließend werden die ausgefüllten Zellen auf ihre Umsetzbarkeit bewertet. Dabei hilft die stark von dynamischen Aspekten geprägte Sicht, in der Systeme danach betrachtet werden, wie sie sich im Zeitverlauf ändern. Dabei dienen Fahrzeuge als Metaphern um die unterschiedliche Flexibilität der einzelnen Anwendungen und Anwendungsteile zu unterscheiden: Der Scooter, das Auto, der Bus, der Zug und der Hub. Anhand dieser Metaphern werden die Vorhaben diskutiert und klassifiziert, um Budgetvolumen, Vorgehen und Architektur sinnvoll wählen zu können.

Mit der ausgefüllten TechnoVision-Matrix erhält eine Organisation konkrete Unterstützung bei der Aufstellung eines Business Technologie Projektportfolios. Die Diskussion um Businessstreiber und neue Technologien als treibende Kraft hinter neuen Geschäftsmodellen fördert das Verständnis und die Zusammenarbeit zwischen Business und IT.

Literaturverzeichnis

[Cap11] <http://www.capgemini.com/insights-and-resources/by-publication/building-the-business-technology-agera-with-capgemini-technovision/>