

INFO PAPER

DIGITALE TRANSFORMATION.

**Ein Wegweiser für Industrie,
Maschinen- und Anlagenbau**



Inhalt

1. Die Digitalisierung – mehr als eine Insel	3
2. Digitale Transformation.....	4
2.1 Aktuelles Stand der Digitalen Transformation	4
2.2 Handlungsfelder der Digitalen Business Transformation.....	4
2.3 Mehrwerte durch eine Digitale Transformation	6
3. Alegri und die Digitale Transformation	9
3.1 Methodisches Vorgehen	9
3.2 Strategische Partnerschaften Digitale Business Transformation	11
4. Über die Alegri International Group	14

1. Die Digitalisierung – mehr als eine Insel

Die Digitalisierung ist in der heutigen Zeit ein häufig genutztes Schlagwort, doch ist deren Definition oftmals unpräzise.

Die Digitalisierung ist ebenso real und tiefgreifend wie die Einführung des Personal Computers in das Geschäftsleben oder die Nutzung von Elektrizität in produzierenden Unternehmen. Im Kern sind es die Möglichkeiten und Potenziale digitaler und neuer Technologien sowie des Internets, aber auch die Tatsache veränderter Kundenerwartungen oder gar neuer Generationen von Kunden (z.B. die Digital Natives), die dazu beitragen, dass sich gesamte Märkte und Wertschöpfungen komplett verändern, Branchengrenzen mehr oder weniger ineinander verschmelzen oder aufgebrochen werden. Auf der Produktseite zeigt sich dies beispielsweise, wenn Autozulieferer am selbstfahrenden Auto ebenso arbeiten wie Autohersteller, Suchmaschinenanbieter oder Start-Ups. Die Digitalisierung verändert Menschen, Märkte und Wertschöpfungen.

Möglich wird dies durch die bereits allgegenwärtige Digitalisierung, das Internet und das Cloud-Computing, mithilfe derer etablierte Konzerne aber auch Start-ups einen stark vereinfachten Weg in neue und bestehende Märkte haben. Für die Märkte und Wertschöpfungen bedeutet dies, Geschäftsmodelle auf Basis der Digitalisierung vertieft ins Visier zu nehmen. Dabei steht die Kundenzentrierung sowie die Anpassung von Produkten bzw. Produktdifferenzierung, aber auch das Erwägen neuer Märkte oder Produkte durch Produktdiversifikationen im Fokus ebenso wie die Serviceverbesserung, die zunehmend wichtiger als das Produkt selbst wird. Der moderne Kunde ist zu jeder Zeit mobil, vernetzt und hat zunehmend vollständige Transparenz.

In nahezu jeder Branche sind die Einflüsse der Digitalisierung bereits spürbar. Herstellungskosten werden geringer, Grenzkosten sind nahezu nicht mehr vorhanden und Zyklen in der Entwicklung verkürzen sich dramatisch trotz steigender Komplexität, womit der Vorsprung zur Konkurrenz schwindet. Schlussendlich erweist sich eine reine Konkurrenzdifferenzierung über die Marke, das Können oder den Preis selbst als immer schwieriger. Um den Sprung zur Differenzierung gegenüber dem Wettbewerb zu schaffen, gilt es mehr denn je, begleitende Services zu generieren und am Markt zu etablieren, um von der Wertschöpfungskette zum Wertschöpfungskreislauf zu gelangen und das im besten Fall mit einer erweiterten bzw. verbesserten Produktpalette, die ihren Ursprung in der Digitalisierung findet.

2. Digitale Transformation

Die digitale Transformation betrifft das gesamte System der heutigen Gesellschaft. Zu den wesentlichen Treibern gehören digitale Technologien wie digitale Infrastrukturen oder Anwendungen und darauf basierende Verwertungspotenziale. Insbesondere Unternehmen sind von dieser Entwicklung betroffen, was die Definitionserweiterung der von der Digitalisierung hin zur Digitalen Business Transformation rechtfertigt.

Im Detail ist der Gegenstand der Digitalen Business Transformation durch die unternehmensinterne Planung, Steuerung, Optimierung und Umsetzung von Geschäftsfeldern im digitalen Zeitalter zu beschreiben. Sie hat damit Einfluss auf bestehende Unternehmensstrategien, -strukturen, -kulturen und -prozesse.

Was bleibt, ist die Herausforderung, dass neue, innovative und agile Geschäftsmodelle sich nicht einfach auf traditionelle Unternehmen adaptieren lassen. Das klassische Geschäftsmodell muss hinterfragt, neue Modelle etabliert und entsprechend an neu entstandene Bedürfnisse des Kunden und die voranschreitende Digitalisierung angepasst werden.

2.1 Aktueller Stand der Digitalen Transformation

Aktuell befindet sich insbesondere die Digitale Business Transformation an einem Punkt, an dem die Wahrnehmung für die wirtschaftliche Auswirkung der Wandlung der Gesellschaft hin zum Digitalen durchaus vorhanden ist, allerdings wird bisher nur selten aktiv gehandelt. Vorherrschend ist die Zuversicht für neue innovative und erfolgversprechende Geschäftsmodelle, jedoch auch die Angst vor der direkt verbundenen Komplexität und möglichen Gefahren für das eigene Unternehmen. Häufig liegen Ängste in der Tatsache begründet, dass ein großes Ganzes nur schwer vorstellbar ist, benötigte Kompetenzen fehlen und - wenn doch vorhanden -, nicht von heute auf morgen gesamte Geschäftsprozesse und -modelle umgestellt werden können. Dennoch drängt die Zeit, immer mehr Unternehmen mit beispielsweise IT Schwerpunkt drängen auf traditionelle Märkte, aber auch andere Branchen bauen entsprechende Kompetenzen auf, um sich zu diversifizieren, was erneut das Aufbrechen verschiedener Branchengrenzen bestätigt: z.B. Energiehersteller, die im Heimautomationsmarkt tätig werden. Die Diversifikation hierhin ist durchaus naheliegend - dass diese Firmen aber dann etablierte Unternehmen vom Markt verdrängen, ist mit Sicherheit nicht im Sinne der etablierten Betriebe. Dramatische Beispiele dafür sind Unternehmen wie Kodak oder Agfa, die von der Digitalisierung überrollt wurden, die Digitale Transformation nicht geschafft haben und damit kaum noch auf dem Markt der digitalen Fotografie vorzufinden sind.

2.2 Handlungsfelder der Digitalen Business Transformation

Drehen wir die Uhr zehn bis fünfzehn Jahre zurück, so waren damals die meisten Führungskräfte bezüglich der Entwicklung der Digitalisierung weniger besorgt als heute. Der technologische Fortschritt wurde häufig getrennt vom eigentlichen Kerngeschäft gesehen und die IT war Mittel zum Zweck. Heute wird die IT zum Mittelpunkt und zum wettbewerbsdifferenzierenden Faktor. Nicht nur in Produkten, die vom Kunden konsumiert werden, sondern eben auch in der agilen Entwicklung und allen damit zusammenhängenden Geschäftsbereichen. Anders ausgedrückt bilden Informationstechnologien und die damit einhergehende Verarbeitung von Daten die neue Säule der Unternehmensstrategie und des zukünftigen Erfolgs am Markt.

Für Alegri liegt die Digitale Business Transformation in einer globalen und abstrakten Sichtweise neben den Core-IT-Themen Digitalen Infrastruktur und den Cyberphysischen Systemen & IoT in weiteren sieben Handlungsfeldern begründet:

1. Strategie & Management:

Klassische Managementkonzepte verlieren immer mehr an Bedeutung. Ziel des Top-Managements muss die Ausrichtung und Führung des Unternehmens in die digitale Ära sein, insbesondere mit dem Fokus auf Agilität, um immer kürzer werdenden Arbeitsintervallen in Planung, Prognostizierung, Entwicklung und allen anderen Berührungspunkten gerecht zu werden.

2. Geschäftsprozesse:

Die Digitalisierung und Automatisierung von bestehenden und die Installation bzw. Einführung von neuen Prozessen wird stetig steigen, um neuen Anforderungen gerecht zu werden und die Reaktionsfähigkeit des gesamten Unternehmens zu steigern.

3. Kundenerlebnis:

Der Aufbau eines nahtlosen Kundenerlebnisses über alle Berührungspunkte im Unternehmen hinweg wird immer wichtiger. Dabei ist der Fokus nicht nur auf das Endprodukt zu legen, sondern eben auch auf alle angrenzenden Services sowie Kontaktpunkte zum Unternehmen.

4. Produkt- & Serviceinnovation:

Neue Produkte und Services werden durch neue digitale und technologische Möglichkeiten entwickelt werden. Nicht nur das Produkt oder Services fallen dabei unter den Fokus der Digitalisierung, sondern auch Prozesse und Arbeitsweisen innerhalb des Unternehmens. Ziel muss die Sicht auf eine ganzheitliche Ende-zu-Ende Lösung sein, um neue Geschäftsmodelle vorzubereiten und Effizienz sowie Effektivität im Unternehmensprozess und in der Zusammenarbeit zu schaffen.

5. Know-how & Kultur:

Ein Unternehmen wird auch in Zukunft, trotz der digitalen Transformation, nur so stark sein, wie seine Mitarbeiter. Um Akzeptanz für Neuausrichtungen sowie neue Prozesse und Strukturen zu schaffen, ist es unabdingbar, entsprechendes Know-how innerhalb des Unternehmens aufzubauen und bestehende Ängste zu nehmen. Hinzu kommt, eine entsprechende Unternehmenskultur zu etablieren, die ein visionäres Arbeiten bei höchster Agilität gewährleistet, um so Veränderungen aktiv zu gestalten.

6. Organisation:

Ebenso wie das Know-how und die Kultur müssen interne sowie externe Organisationsformen (Teams, Hierarchien, Externe Mitarbeiter usw.) an die neuen Bedingungen und Ausrichtungen angepasst werden, um schnellere Entscheidungswege zu ermöglichen und mit der technologiegetriebenen Entwicklung und Konkurrenz mithalten zu können.

7. Zusammenarbeit:

Um neue Prozesse, Strukturen und Organisationsformen in der Zusammenarbeit, intern wie extern, effektiv zu fördern, bedarf es neuer Wege der Zusammenarbeit. Der Fokus auf digitale Arbeitsplätze sowie den Zugriff auf Daten und Systeme on-demand ist dabei zwingend notwendig.

2.3 Mehrwerte durch eine Digitale Transformation

Wurde der Grundstein durch das Bewusstsein für die Handlungsfelder gelegt, so kann mit ersten Überlegungen zu Differenzierungen und Diversifikationen in Geschäftsfeldern und Services, aber auch Strukturen und Arbeitsweisen innerhalb des Unternehmens begonnen werden. Natürlich verschmelzen die Einführung der Handlungsfelder und neue Ausrichtungen ineinander. Das Eine ist ohne das Andere nicht möglich.

Weiterhin stehen die Bedürfnisse bereits vorhandener aber auch künftiger Nutzer (Kunden / Mitarbeiter) im Vordergrund. Wie diese im Detail ausgearbeitet werden können und wie man daraus resultierend neue agile Geschäftsfelder, Produkte oder Services erschließt, würde an dieser Stelle zu weit führen. Dennoch zeigt der beispielhafte Entscheidungsbaum in der folgenden Abbildung, wie die Digitalisierung im Unternehmen genutzt werden kann, um Mehrwerte für Kunden extern wie auch intern zu generieren.

Als Beispielbranche wurde der Maschinen- bzw. Anlagenbau gewählt. Das entsprechende Farbmapping hilft dabei, die beispielhaften Optimierungen im Unternehmen den Bedürfnissen eines Kunden zuzuordnen.

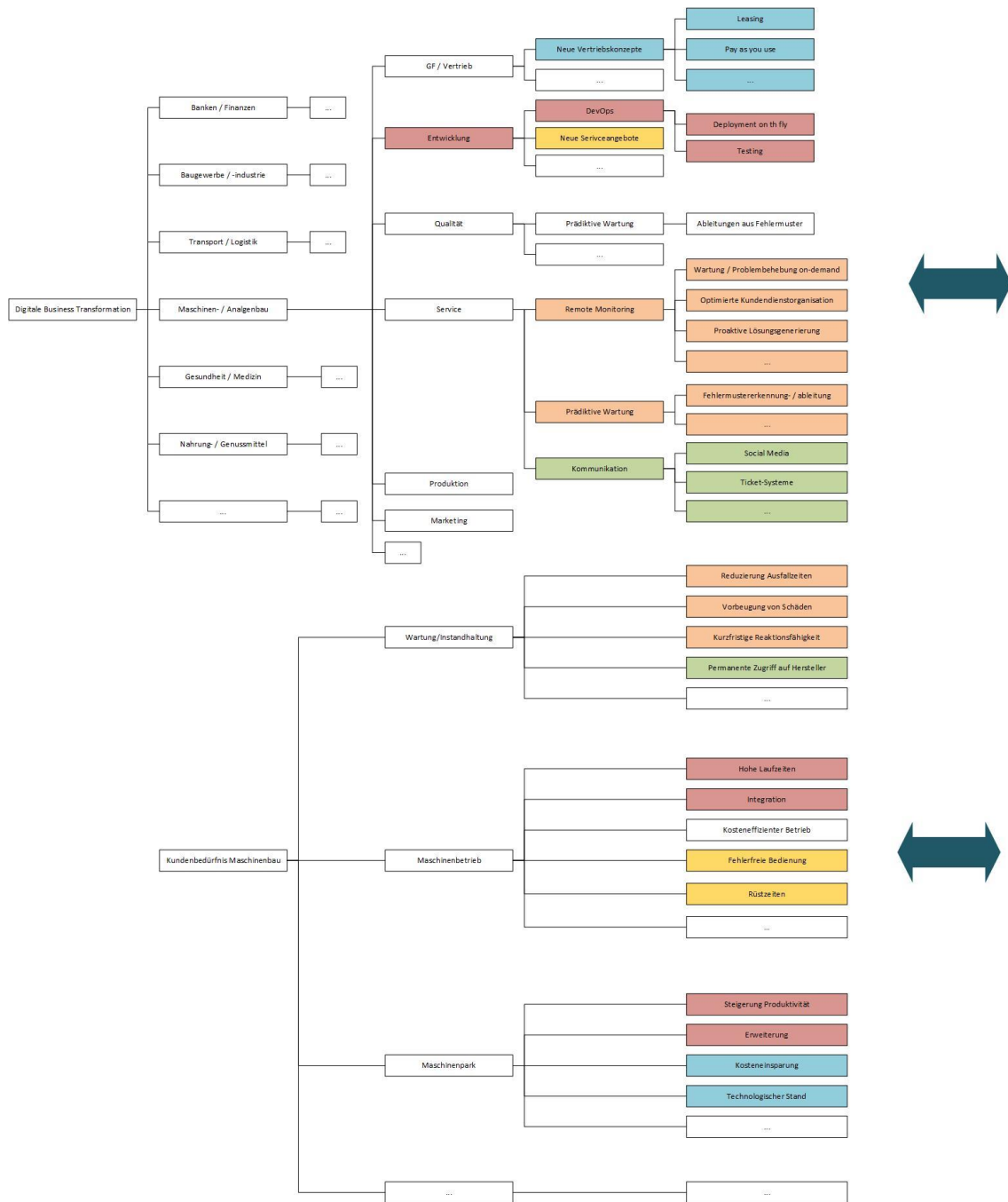


Abbildung Alegri International Group ©

Das besagte Maschinenbauunternehmen hat den Anspruch, sowohl die Produktion als auch ausgelieferte Maschinen bei Kunden vor Ort zu digitalisieren, um sich damit von der bestehenden Konkurrenz abzuheben und interne, aber auch externe Mehrwerte zu schaffen. Damit einhergehend ist natürlich auch die entsprechende Veränderung in den oben beschriebenen sieben Alegri Handlungsfeldern notwendig.

Betrachtet man den Bereich der Geschäftsführung, so spielt das Unternehmen mit dem Gedanken neuer Vertriebswege, die sich auf Basis einer digitalen Transformation ergeben könnten. Sowohl das Leasing als auch pay as you use können das Kundenbedürfnis nach Kosteneinsparung und dem Einsetzen des aktuellen Technologiestandes befriedigen. Angenommen, das Entwicklungsintervall

beträgt drei Jahre, so kann das Maschinenbauunternehmen die Leasingverträge auf genau diesen Zeitraum eintakten und der Kunde erhält nach Ablauf, wenn gewünscht, die nächste Generation einer Maschine. Diese hält entsprechend des technologischen Fortschritts neue Vorteile und Mehrwerte für den Kunden bereit. Eine alternative Erweiterung zeigt das Szenario pay as you use: ein Kunde, der geringere Maschinenlaufzeiten benötigt, hat einen geringeren Verschleiß - und umgekehrt. Die durch das Maschinenbauunternehmen zurückgenommenen Maschinen können mit angepassten Preisen als Gebrauchtware weiterverkauft werden.

Die meisten IoT-Szenarien laufen aktuell im Industriesektor, gefolgt von Smart City, Smart Energy, Connected Car, Connected Building und Smart Supply Chain.

Mögliche Projekte finden sich in folgenden Bereichen:

- Vernetzte Produkte ermöglichen ein neues Lifecycle Management, digitale Lieferantennetzwerke und rundum bessere Services.
- Vernetzte Maschinen und Anlagen ermöglichen die Überwachung, Analyse und Schonung des Anlagevermögens inkl. Herstellungs- und Wartungsprozesse.
- Vernetzter Fuhrpark erhöht die Qualität der Sicherheit durch intelligente Wartung von Fahrzeugen, Maschinen, Geräten usw. und optimiert die Logistik.
- Augmented reality z.B. mit Datenbrillen erweitert die Möglichkeiten von Produktion und Wartung.

Einen weiteren interessanten Aspekt bieten neue Servicemöglichkeiten. Services wie Remote Monitoring oder Predictive Maintenance decken sich mit einer Vielzahl an Bedürfnissen sowohl beim Kunden als auch im Unternehmen selbst. Beispielsweise kann der Kundendienst im Zuge des Remote Monitoring über fehlerhafte Maschinen auf Kundenseite informiert werden und in diesem Moment proaktiv auf diesen zugehen. Gemeinsam mit dem Maschinenführer versucht er den Fehler on-demand zu beheben, was zu empfindlichen Kosteneinsparungen im Kundendienstbereich führen kann. Tritt der Fall eines Serviceauftrags ein, beispielsweise die Maschinenwartung durch den Kundendienst, so kann ein entsprechender Auftrag direkt ausgelöst werden. In Abhängigkeit des Standorts von Kundendienstmitarbeitern und der Dringlichkeit des Auftrags wird dieser an den ausgewählten Mitarbeiter gesendet, welcher den Auftrag am effektivsten und effizientesten abarbeiten kann. Im besten Fall erhält dieser direkt ein optimiertes Routen-Update für die ausstehenden Serviceaufträge, welche er zu erledigen hat. Auch hier wird das eigene Bedürfnis nach Effizienz und Effektivität aber auch das des Kunden durch Vermeidung größerer bzw. weiterführender Schäden, weniger Standzeiten und einem guten Gefühl gegenüber seinem Partner befriedigt.

Dargestellt sind aber auch interne Prozesse, welche durch eine Digitalisierung zum Mehrwert werden können. Als Beispiel sei die Entwicklung genannt. Durch die Digitalisierung der Maschinen besteht in der Zukunft die Möglichkeit, Neuentwicklungen on the fly an alle Kunden auszuliefern, sozusagen als Softwareupdate. Naheliegender bietet dieses Modell dem Maschinenbauunternehmen die neue Wertschöpfung, erweiterte Funktionsumfänge gegen Bezahlung bereitzustellen, wie beispielsweise Auslieferung von Voreinstellung zur Beschleunigung der Rüstzeiten. Der Weg von der Wertschöpfungskette zum Wertschöpfungskreislauf kann durch solche Szenarien in die Tat umgesetzt werden.

Betrachtet man in der Beispielabbildung den Punkt der Qualität, so zeigen sich neben Kostenersparnis und Attraktivität für den Kunden weitere Vorteile für das Maschinenbauunternehmen. Die Erhebung von echten Maschinendaten sowie die Nutzung von kognitiven Systemen kann dazu führen, Fehlermuster zu erkennen und deren Gründe aufzuspüren, um in Zukunft beispielsweise passendere Materialien in der Entwicklung zu finden. Natürlich ist diese Art der vorbeugenden Wartung auch ein Thema für den Service, beispielsweise durch Alarmmeldungen, bevor es zu problematischen Druckabfällen kommt.

Der kleine Auszug an Beispielen zeigt, dass sich in Zukunft digitale Produkte, zugehörige Services, Prozesse, eine digitalisierte Produktion sowie die kollaborative Arbeit im Unternehmen die Hand geben und eng verzahnt sind. Darüber hinaus kann die Digitalisierung durch Synergien dazu führen, dass fremde Branchen überhaupt nicht mehr fremd erscheinen und die Grenzen zu neuen Wertschöpfungen aufgebrochen werden.

3. Alegri und die Digitale Transformation

Alles, was digital werden kann, wird digital. Die Technologie dazu ist verfügbar – die Innovationen treiben den Wettbewerb. Ob in der Fertigungs-, Prozess- oder Konsumgüterindustrie, die Alegri International Group hilft Ihnen, den Sprung in die Digitalisierung zu meistern.

Die Alegri International Group ist eines der großen IT-Beratungsunternehmen für Microsoft und SAP, Managed Services und Internet of Things im Raum D-A-CH. Rund 80% der DAX 100-Unternehmen zählen zu unseren Klienten. Unsere rund 650 Mitarbeiter führen mit ihrer langjährigen Expertise anspruchsvolle IT & Business-Projekte zum Erfolg. Alegri wurde 2001 gegründet und berät aus zehn Niederlassungen und einem Nearshore-Standort in Rumänien.

Neben klassischen Enterprise Content Management und Portal-Lösungen, sowie SAP, Cloud und Managed Services begleitet Alegri seine Kunden durch die digitale Business Transformation. Dabei gehören die komplette Abdeckung der Kernaspekte des Internet of things oder der Industrie 4.0 ebenso zur Lösungsgenerierung wie auch die strategische Beratung und Einführung. Um Ihr Unternehmen für die digitalisierte Zukunft zu rüsten, wird dabei auf bewährte, aber auch neue methodische Ansätze aufgesetzt und das unter Einsatz neuester Technologien und Zertifizierungen.

3.1 Methodisches Vorgehen

Lässt man die bisher vorgestellte Digitalisierung sowie die zu deren Mehrwertnutzung nötige digitale Business Transformation Revue passieren, wird deutlich, dass sich die Umstellung nicht eben „einfach“ durch eine Erneuerung der IT und der Anpassung von Produkten durchführen lässt. Nicht selten ist diese Ansicht jedoch verbreitet und erhöht das Risiko, mit dem Vorhaben der Transformation zu scheitern, Verluste zu erfahren und im schlimmsten Fall mit der Unternehmung zu scheitern. Entsprechende Leidensgeschichten gehen häufig durch die Medien und wurden teils auch in diesem Dokument angesprochen. Um der digitalen Business Transformation Herr zu werden, bietet Ihnen Alegri bewährte, aber auch neue methodische Ansätze, auf Basis derer Ihr zukünftiger Erfolg in allen Bereichen voll und ganz im Fokus steht. Im Folgenden finden Sie einen Auszug aus diesen bewährten Methoden und Herangehensweisen.

Oft sind es aber nicht nur methodische Ansätze, die gefragt sind. Denkt man an hochsensible Daten wie beispielsweise in der Medizin, so muss man berücksichtigen, dass bestimmte Bereiche Zertifizierungen erfordern, für eine Digitalisierung Richtlinien beachtet und implementiert werden müssen. Auch hier zeigt sich das interne Alegri Know-how durch Auditierungen in Bereichen wie FDA-Compliance, GAMP5, EUGMP, aber auch in der agilen Entwicklung nach Scrum (Alegri ist lieferantenauditiert durch Roche/Rentschler).

Unsere Arbeit beginnt jedoch nur selten mit Zertifizierungen oder zu beachtenden Richtlinien. Viel mehr steht zunächst die zielorientierte Beratung im Vordergrund. Grundlage für eine Transformation ist an erster Stelle, Prozesse innerhalb von Unternehmensstrukturen zu verstehen und vorhandene Leistungspotenziale aber auch Kompetenzlücken zu analysieren. An zweiter Stelle steht das Verständnis für die Nutzerklientel und deren Bedürfnisse, das sich aus Sicht eines Unternehmens durch Mitarbeiter und Kunden zusammensetzt. Aber auch Produkte und/oder Dienstleistungen und aus der Digitalisierung resultierende Chancen rücken in den Fokus.

Unter der Herangehensweise des User-Experience Design helfen von uns gestellte Business Analysten, aber auch multidisziplinäre Teams aus Ihrem Unternehmen in Form von Workshops dabei, Prozesse und Strukturen, aber auch Produkte und Dienstleistungen zu verstehen, zu verbessern und in die digitale Ära zu überführen. Durch die auf dem User-Experience Design basierende menschenzentrierte Vorgehensweise verliert man dabei die Bedürfnisse des künftigen Nutzers (Mitarbeiter / Kunde) zu keiner Zeit aus dem Blick, und Methoden wie Design Thinking helfen dabei, vorhandene Problemräume zu finden und basierend darauf Lösungsräume zu eruieren.

Mit Fokus auf die Digitale Transformation gilt es verbesserte Abläufe innerhalb Ihres Unternehmens zu generieren und Produkt-/Dienstleistungsdifferenzierungen sowie -diversifikationen iterativ und nutzer- bzw. kundenzentriert aufzuspüren, sodass sich Ihr Unternehmen auch in der Zukunft durch Einzigartigkeit von der Konkurrenz abhebt.

Wurden interne Prozesse in der Theorie umstrukturiert und eine Digitalstrategie sowie entsprechende Business Cases generiert, so erfolgt deren Transport in die Entwicklung. Mit dem höchst agilen Ansatz des Prinzips Development und IT Operations, auch bekannt unter DevOps, erfolgt eine iterative Umsetzung Ihrer neuen Business Cases und damit der Transformation. Dabei sind Sie als Kunde zentraler Bestandteil. Durch die iterative Vorgehensweise von Planung, Coding, Veröffentlichung, Test, Freigabe, Verteilung, Betrieb und Überwachung kann die Entwicklung diskontinuierlich erfolgen. Dies kann dabei so weit gehen, dass in Zukunft immer wieder neue Veröffentlichungen an den Kunden oder den Nutzer ausgeliefert werden – Stichwort „neue Serviceangebote gegen Bezahlung“.

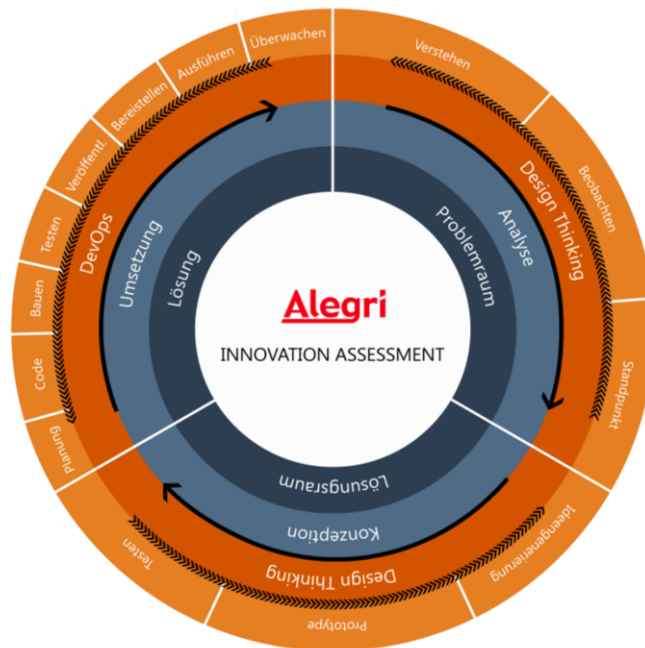


Abbildung Alegri International Group ©

Wie unschwer zu erkennen, handelt es sich um mehrere iterative Methoden. Natürlich wird dabei nicht jede einzelne Methode für sich immer und immer wieder durchlaufen. Vielmehr verschmelzen die Ansätze bei Alegri nahtlos, um eine bestmögliche Zusammenarbeit sowie Entwicklung und Betrieb zu gewährleisten. Inwieweit vorgestellte Konzepte und Methoden in Ihrem speziellen Fall angewandt werden bzw. in Betracht kommen ist abhängig von der Ausgangssituation, in der Sie sich befinden. Diese definieren wir gerne vorab mit Ihnen.

Über die direkte und vollumfängliche Entwicklung hinaus sprechen wir gerne mit Ihnen zu den Möglichkeiten einer Machbarkeitsstudie. Wir wissen, dass eine digitale Transformation „nicht mal eben so“ gestemmt wird und eine gewisse Sicherheit in der Umsetzung vorhanden sein muss. Aber nicht nur die gelungene Umsetzung ist Teil der Alegri Philosophie, ebenso bieten wir Ihnen höchste Sicherheit im Betrieb der von uns entwickelten Bestandteile.

3.2 Strategische Partnerschaften Digitale Business Transformation

Neben verschiedenen methodischen Herangehensweisen verfügt Alegri über strategische Partnerschaften, die maßgeblich zum Erfolg einer digitalen Transformation beitragen. Wie bereits in vorherigen Kapiteln dargestellt, geht es nicht nur um die Digitalisierung von Produkten und Dienstleistungen bzw. Services. Vielmehr geht es darum, ein Unternehmen mit all seinen Facetten in der Gesamtheit zu digitalisieren.

Microsoft:

Mit rund 20 Gold- und Silberkompetenzen zählt Alegri zu den führenden Microsoft-Partnern im Raum D-A-CH. Über das gesamte Gewerk einer digitalen Transformation erhalten Sie mit Microsoft und Alegri, angepasst auf Ihre Transformation, die benötigten Hilfsmittel.

Amazon Web Services:

Als Alternative zur Microsoft Azure Cloud sowie damit einhergehenden Anwendung bieten wir Ihnen den Service aus dem Hause Amazon.

SAP:

Das Alegri Leistungsportfolio im Bereich SAP umfasst die gesamte technische SAP-Plattform bis zu den modernisierten Anwendungsmodulen. Im Bereich S/4HANA unterstützen wir von der Strategie über die Planung bis zur Umsetzung, im Bereich Cloud mit Microsoft Azure und AWS Public Cloud-Konzeptionen.

Managed & Nearshore Services:

Der IT-Betrieb und die Anwendungsbetreuung werden für viele Firmen immer anspruchsvoller: Systemlandschaften sind hochkomplex, die Fülle der Applikationen steigt. Häufig belastet dies die Lieferfähigkeit und die Qualität der firmeneigenen IT – und so ersetzen Managed Services im Nearshoring das klassische, meist unflexible Outsourcing durch eine gut skalierbare Dienstleistungs-Partnerschaft. Alegri arbeitet strategisch von Deutschland, Österreich und der Schweiz aus und führt das operative Nearshoring-Geschäft vor Ort im rumänischen Cluj-Napoca mit hochqualifizierten IT-Spezialisten. Spezifische Ausbildung in kundeneigenen Applikationen, z.B. Tibco oder Siebel, ergänzen das Modell je nach Bedarf, wodurch das Nearshoring höchste Flexibilität und Skalierbarkeit bei deutlichen Kosteneinsparung und hoher Qualität bietet.

Wie ein Paradigmenwechsel im Zuge einer digitalen Transformation auf Basis von Microsoft und SAP beispielsweise aussehen kann, soll anhand der neun Alegri Handlungsfelder aus Kapitel 2.2 dargestellt werden (Abbildung Alegri International Group ©):

Strategie & Management	Customer Experience	Produkt- & Serviceinnovationen
		  UXdesign
Know-how & Kultur	Organisation	Kollaboration
	 	
Digital Infrastructure	Business Process	Cyberphysische Systeme & IoT
 	 	 

Wie zu sehen ist, erfolgt die Digitale Transformation über alle Bereiche. Office365 bietet Ihnen Online-Dienste, Office-Webanwendungen sowie ein gängiges Office-Software Abonnement. Dem dezentralisierten und kollaborativen Arbeiten über das gesamte Unternehmen steht nichts mehr im Wege.

Microsoft Dynamics CRM bietet Ihnen die Möglichkeit, den Kunden vollumfänglich im Blick zu behalten, sich konsequent an diesem auszurichten und die Möglichkeit, einen systematischen Kundenbeziehungsprozess zu etablieren.

Bilden das UX-Design sowie DevOps methodische Ansätze ab, so zeigt sich Microsoft Azure als eine der Plattformen, wenn es darum geht, die Digitalisierung mit neuen Produkten und Services auszurollen, aber auch Systeme wie ERP auszulagern. Die Cloud-Computing-Plattform bietet unzählige Möglichkeiten, Systeme und Produkte in die Cloud zu bringen und zugehörige Anwendungen zentral zu hosten - und das bei voller Kostentransparenz durch pay as you use.

SAP ist der starke Partner, wenn es darum geht, Geschäftsprozesse (Buchführung, Controlling, Vertrieb, Einkauf, Produktion, Lagerhaltung, Personalwesen usw.) abzuwickeln, womit die Digitale Business Transformation zu einem Gesamtwerk komplettiert wird.

Ihre Systemlandschaft kommt nicht aus dem Hause Microsoft oder SAP? Kein Problem, auch Ihre Systeme sprechen Sprachen, die wir verstehen.

Die Digitale Business Transformation bringt viele Fragen und durchaus viel Arbeit mit sich. Die Thematik zu ignorieren oder eine abwartende Haltung einzunehmen, ist mit Sicherheit nicht der richtige Weg.

Ob Sie nun bereits dabei sind, lediglich mit dem Gedanken spielen oder sich noch überhaupt nicht mit der Digitalisierung auseinandergesetzt haben, unsere exzellent ausgebildeten Mitarbeiter unterstützen Sie mit Professionalität und Erfahrung und erweitern Ihr Know-how für eine erfolgreiche Transformation.

4. Über die Alegri International Group

Die Alegri International Group ist eines der großen IT-Beratungsunternehmen für Microsoft und SAP, Managed Services und Internet of Things im Raum D-A-CH. Rund 80% der DAX 100-Unternehmen zählen zu unseren Klienten. Unsere rund 650 Mitarbeiter führen mit ihrer langjährigen Expertise anspruchsvolle IT & Business-Projekte zum Erfolg. Alegri wurde 2001 gegründet und berät aus zehn Niederlassungen und einem Nearshore-Standort in Rumänien. www.alegri.eu

Gold
Microsoft Partner



Alegri International Group

**München. Stuttgart. Walldorf. Frankfurt. Köln. Hamburg. Berlin. Basel. Zürich.
Wien. Cluj-Napoca.**

Headquarter

Innsbrucker Ring 15
81673 München
Germany
T.: +49 (0)89 – 666107-0
F.: +49 (0)89 – 666107-200
E: info@alegri.de
www.alegri.eu

Texte sowie Gestaltung dieser Publikation sind nach Form und Inhalt urheberrechtlich geschützt. Die Veröffentlichung oder der Nachdruck, als Ganzes oder in Auszügen, ist grundsätzlich untersagt und nur mit ausdrücklicher schriftlicher Genehmigung der Alegri Service GmbH möglich.