

IT-MITTELSTAND befragt die Verantwortlichen der großen IT-Anbieter.
In dieser Ausgabe:

Alexandra Muschelknautz, Director Sales & Marketing DACH der
Projectplace GmbH

„DAS MOTORBOOT ZWISCHEN DEN DAMPFERN“

Unter Mittelstand verstehe ich ...

... keine Definition, die sich ausschließlich auf die Anzahl der Mitarbeiter bezieht – das halte ich für unzureichend. Als Mittelstand bezeichne ich vielmehr kleine bis mittlere Unternehmen, die mit der Region, in der sie ansässig und groß geworden sind, sehr stark verwachsen sind. In vielen dieser Unternehmen haben die ursprünglichen Gründer langen und nachhaltigen Einfluss – nicht selten sind sie auch im Rentenalter noch operativ tätig. Im traditionellen Mittelstand sind Familienmitglieder oft auch als Investoren oder Finanzgeber engagiert.

Der Mittelstand hebt sich von Großkonzernen dadurch ab, dass ...

... er sich aufgrund der traditionellen Entstehungsgeschichte gegenüber seiner Herkunft moralisch verpflichtet fühlt. Infolgedessen tun sich mittelständische Unternehmer schwer, Standorte zu verlagern, nur um etwa im Ausland billiger zu produzieren. Mittelständler sehen sich oft nicht nur als wichtigen Wirtschaftsfaktor einer Region, sondern ebenso als deren Impulsgeber. Außerdem verfügt der Mittelstand über andere Strukturen und Entscheidungswege als Konzerne: Mittelständische Betriebe haben flache Hierarchien, kurze Wege und können deshalb Innovationen schneller umsetzen. Der Mittelstand ist die Basis der deutschen Industrie. In Deutschland arbeiten schließlich nur etwa fünf Prozent der Angestellten in Großkonzernen, aber 95 Prozent im Mittelstand.

Um als IT-Spezialist im Mittelstand Erfolg zu haben, bedarf es ...

... eines ausgeprägten Verständnisses für die Arbeitsweise und das Business eines mittelständischen Unternehmens: Was ist das Kerngeschäft – was das Alleinstellungsmerkmal? Nur wenn ein IT-Anbieter das verstanden hat, kann er Lösungen anbieten, die seinen mittelständischen Kunden helfen, noch erfolgreicher zu sein. Selbstverständlich ist es auch wich-

tig zu bedenken, welche finanziellen Möglichkeiten ein Kunde hat; da wir für Projectplace eine attraktive und flexible Preisstruktur haben, finden wir immer eine finanzierbare Lösung.

Was die IT anbelangt, ist der Mittelstand ...

... Vorbild und Innovationsführer für andere Unternehmen. Er setzt moderne Techniken und Methoden meist schnell und erfolgreich um und ist, bildlich gesprochen, das schnelle Motorboot zwischen den großen Dampfern. Die Innovationskraft des Mittelstands hat in Deutschland aber nach wie vor großes Potential, denn es überwiegen derzeit noch die Fragen nach der Sicherheit. Das ist in Skandinavien, z.B. Schweden, anders, und nicht zuletzt deshalb sind dort die Märkte oft weiter und innovativer als bei uns. In Deutschland hängt eine Kaufentscheidung eher davon ab, ob ein anderes deutsches Unternehmen ein Produkt schon im Einsatz hat oder nicht.

Charakteristisch für IT-Investitionsentscheidungen im Mittelstand ist, dass ...

... sie sich hinziehen. Viele Unternehmen tun sich schwer ein Produkt oder eine Dienstleistung einzusetzen, wenn es keine namhafte Referenzliste gibt. Ich will damit sagen, dass ein Nachweis, der Investitionssicherheit gibt, sehr wichtig ist. An unbekannte Innovationen traut sich so schnell keiner ran – da müssen im Vorfeld unterschiedlichste Ansprechpartner überzeugt werden und zwar sowohl in technischer wie finanzieller Hinsicht; ROI, Zertifikate und andere Nachweise spielen eine wichtige Rolle.

Die typischen IT-Probleme des Mittelstandes sind ...

... die permanenten Veränderungen in diesem Bereich. In der IT müssen zunehmend unternehmenskritische Aufgaben gemeistert werden. Dabei geht es heute nicht mehr nur um Netzwerke, Rechner

und Software, sondern auch um angebundene Prozesse wie Dokumentation etc. Wenn die IT eines Unternehmens versagt, kann sie eine ganze Firma lahmlegen. Bisher wurden aber nur in wenigen Unternehmen die entsprechenden Strukturen geschaffen. Oft wird leider zu viel gespart und die IT rennt ihren Möglichkeiten hinterher, weil zwischen einer operativen und einer strategischen IT nicht unterschieden wird.

Als Lösung für diese Probleme favorisiere ich, dass ...

... IT-Lösungen und Produkte an einer zentralen Stelle geprüft und dann unternehmensweit ausgerollt werden. Nichtsdestotrotz muss die Möglichkeit bestehen, mal schnell eine taktische Lösung für die tägliche Arbeit einzuführen. Wenn ich mir das für unser Business im Bereich Projektmanagement ansehe, kann ich nur sagen, dass hier oft schnelle und einfache Lösungen gefragt sind: anklicken, testen, arbeiten. „Agile IT“ nennen das die Amerikaner und entkoppeln damit verschiedene Tools von langen Entscheidungswegen. Um beispielsweise mit Projectplace zu arbeiten, benötigt man nur einen Internetzugang und kann loslegen; oft ist es entscheidend, dass ich nicht lange über die technischen Voraussetzungen diskutieren und zentrale Abläufe ändern muss.

Handlungsbedarf auf IT-Seite im Mittelstand sehe ich ...

... hinsichtlich der Differenzierung zwischen einer strategischen und einer operativen IT-Struktur: Was sind unternehmenskritische Anwendungen? Welche Richtlinien sind erforderlich? In Zeiten von Mobile Devices und iPhone Apps gestaltet sich jeder sein Arbeitsumfeld so, wie es ihm gefällt. Das ist gut so, denn es motiviert den Anwender und entlastet die IT. Wenn meine Mitarbeiter auf alle relevanten Informationen jederzeit Zugriff haben, sind sie sehr produktiv. Das weiß ich aus eigener Erfahrung. ◀]

Auszug aus...

**IT MITTEL
STAND**

Ausgabe 11/2010



PERSÖNLICHE DATEN

Name: Alexandra Muschelknautz

Alter: 32

Größte Hobbys: Reisen, Wein, Familie, Laufen

KARRIERE

Ausbildung: Bankkauffrau und Betriebswirtin

Beruflicher Werdegang: Alexandra Muschelknautz gehörte 2002 zu den ersten Mitarbeitern des deutschen Softwareherstellers Netviewer. Dort verantwortete sie zunächst das Account und Channel Management und war schließlich Head of International Business. Danach wechselte Muschelknautz zum IT-Anbieter Sage und wurde 2007 vom europäischen Marktführer für webbasiertes Projektmanagement, Projectplace, engagiert.

Derzeitige Position: Director Sales & Marketing DACH der Projectplace GmbH