

# Anschluss ans Silicon Valley

*AUCKLAND PARTNERS bietet KMUs nicht nur Zugang zu qualifizierten Mitarbeitern und digitaler Expertise, sondern hat auch einen direkten Draht ins Silicon Valley.*

## Herr Stenger, wie ist der Stand der digitalen Transformation im deutschen Mittelstand?

Wir sehen hier drei ‚Reifegrade‘ bei KMUs. In vielen Fällen wird die digitale Transformation als Herausforderung erkannt, ist aber noch nicht in aller Konsequenz Thema in der Geschäftsführung. Die Ansätze beschränken sich vor allem auf die Einführung von E-Commerce-Lösungen oder die Modernisierung von IT-Architekturen.

## Und die beiden anderen Reifegrade?

Eine Stufe weiter sind Unternehmen, bei denen die digitale Transformation auf der CEO-Agenda ist. Ziel ist dort häufig, das Produktportfolio so ‚smart‘ wie möglich zu gestalten und Prozesse sowie die Produktion zu digitalisieren. Digitale Projekte laufen dort parallel und nicht selten wurde bereits ein Chief Digital Officer engagiert. Neue Geschäftsmodelle oder Big Data-Themen sind auf dieser Stufe jedoch noch kein Thema. Das ändert sich erst im dritten Reifegrad. Hier werden die Chancen von disruptiven Geschäftsmodellen erkannt. Leider fehlt auch hier häufig noch die Vernetzung mit den Innovations-Hot-Spots wie dem Silicon Valley.

## Herr Pruschke, wie mache ich mein Produktportfolio ‚smart‘, wenn es an Mitarbeitern und Expertise mangelt?

Idealerweise mit Hilfe eines Chief Digital Officers (CDO) – interim oder fest angestellt. Das ist ein Ansatz, den die großen Unternehmen aus dem Silicon Valley von den Start-ups gelernt haben. Wobei der CDO nicht den Chief Information Officer ersetzt, sondern vielmehr Bindeglied zwischen ihm, dem CEO und den anderen C-Level-Positionen ist.

## Welche Aufgaben übernimmt ein CDO genau?

Ihm obliegt es, neue digitale und auch disruptive Geschäftsmodelle und Technologien zu etablieren. Der CDO transformiert bestehende Produktportfolios. Er weiß vor allem, dass digitale Geschäftsmodelle mit anderen Hebeln, Prozessen und Organisationen funktionieren als ‚Offline-Geschäftsmodelle‘ – und das oft plattformorientiert



**Volker Pruschke**  
Partner  
Auckland Partners



**Jan Stenger**  
Partner  
Auckland Partners

und mit einem Ökosystem an neuen, teils branchenfremden Partnern. Herausforderung ist vor allem, den Brückenschlag zwischen traditionellen Strukturen und neuen, agilen Vorgehensweisen in Prozessen und der Kommunikation zu realisieren.

## Wie kann AUCKLAND PARTNERS hier unterstützen?

Wir bieten den CDO als Interim Manager oder Festangestellten und können gleichzeitig auch den Unterbau – die themenorientierten Teams und Spezialisten – stellen. Das ist auch als AUCKLAND BOT (Build-Operate-Transfer) Modell möglich. Hierfür baut ein externes Team zunächst den Prozess und das Geschäftsmodell auf, führt es operativ, um es dann ins Unternehmen zu integrieren.

## Herr Stenger, welche kritischen Themen haben KMUs am wenigsten auf dem Radar?

Das sind die bereits angesprochenen disruptiven Geschäftsmodelle des Silicon Valleys sowie Partnerschaften mit flexiblen Start-ups. Deshalb bauen wir etwa Teams und neue Geschäfte über unser Büro in San Francisco direkt

im Silicon Valley auf. Besonders ist hier sicherlich unsere Silicon-Valley-Plattform, die wir als exklusiver Mittelstands-Partner der Sherpa Foundry (Mitglieder wie Salesforce, ebay und Sherpa Investments wie Uber, Facebook oder Slack) gemeinsam aufbauen.

## Wie hilft diese Plattform deutschen Unternehmen?

Bei einer schnelleren und professionelleren Digitalisierung. Sie gibt tiefe und vor allem frühzeitige vertikale Einblicke in die Zukunftsthemen des Silicon Valley, neues Know-how für das Top-Management sowie die Option, von Anfang an dabei zu sein. Damit ermöglichen wir nicht nur Visibilität und Zugriff auf den schwer zugänglichen ‚Inner-Circle‘, sondern verbessern auch den Abschluss an neuen Business-Partnerschaften und Investments für digitale Themen.