



## Business leads IT



### Die erfolgswirksame Ausrichtung der IT-Strategien an den Geschäftsstrategien

Autorin: Sabrina Uthe, MBA

Die Forderung, dass sich die IT-Strategien der Unternehmen an den Geschäftsstrategien orientieren müssen, steht als Postulat schon seit einiger Zeit im Raum.

Doch nicht immer wird auch nach dieser Maxime gehandelt. In vielen Unternehmen, insbesondere auch in kleineren und mittelständischen Firmen reiben sich die IT-Verantwortlichen im Tagesgeschäft auf, ohne genau zu wissen wohin die Reise gehen soll. So ist es nicht verwunderlich, dass immer wieder Schreckensmeldungen über fehlgeschlagene Projekte, hohe Kosten und Klagen über die geringe Wertschöpfung durch die IT in der Fachpresse zu lesen sind.

Gerade in Zeiten rascher Innovationszyklen und sich schnell verändernder Märkte ist es für erfolgreiche Unternehmen notwendig, strategische, also mittel- bis längerfristige Konzepte zu entwickeln, denn zum Wesen einer guten Strategie gehört auch, dass man sie nicht bei jedem unvorhergesehenen Ereignis umwerfen muss. Investitionen in Hardware, IT-Lösungen und vor allem auch in die Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter rechnen sich nur, wenn das Gesamtkonzept nicht nur die heutigen Anforderungen abdeckt, sondern auch die zukünftigen ins Kalkül zieht. Zunächst wird eine Bestandsaufnahme gemacht, dann die notwendigen Schritte und Meilensteine festgelegt und schließlich der Weg anhand eigener Kennzahlen verfolgt. So kann der Wertbeitrag der IT zum Unternehmenserfolg sichtbar gemacht werden – eine Notwendigkeit für die IT-Verantwortlichen, um als strategische Partner anerkannt und rechtzeitig in Entscheidungsprozesse einbezogen zu werden.

Einige wesentliche Voraussetzungen sind wichtig, damit das Motto „Business leads IT“ keine Worthülse bleibt:

- Die Entwicklung von Business- und IT-Strategien sollte inhaltlich aufeinander abgestimmt sein, d.h. es gilt die Frage zu beantworten, mit welchen IT-Strategien und Maßnahmen die geschäftskritischen Ziele am besten erreicht werden können.
- Der Zeithorizont für die Business- und IT-Strategien sollte derselbe sein. Erfahrungen zeigen, dass eine Planung auf Vorstandsebene über 3-5 Jahre mit jährlicher Überprüfung und einer eventuell notwendigen Anpassung einen Best-Practice-Ansatz darstellen.
- Beschreibungen der wichtigsten Geschäftsprozesse sowie Richtlinien für die Auswahl von Anwendungen und Infrastruktur schaffen Sicherheit bei der Planung.
- Beim Entwickeln der IT-Strategie sollte der Wertbeitrag der IT zum Gesamterfolg des Unternehmens im Vordergrund stehen. Außerdem muss sichergestellt werden, dass Effizienz und Effektivität der internen Prozesse verbessert werden.

- Der Erfolg aller Maßnahmen kann nur dann gemessen werden und entsprechende Wertschätzung erfahren, wenn der Ausgangszustand in Form einer „IT-Standortbestimmung“ festgehalten wird. Die Ergebnisse werden kontinuierlich überprüft, z.B. anhand von Balanced-Scorecard-Systemen und Produktivitätstests.
- Alle beteiligten Mitarbeiter sollten in die Strategie einbezogen sein und ggf. entsprechend geschult werden, sodass Veränderungen und Innovationen nicht nur von außen vorgegeben, sondern auch von der Organisation selbst initiiert werden können.
- Die IT-Verantwortlichen sind in die Geschäftsführung eingebunden, verfügen über die notwendigen internen (z.B. zu IT-Mitarbeitern, Fachabteilungen) und externen Kontakte (z.B. zu Partnern, Lieferanten, Kunden) und haben so Zugang zu allen relevanten Informationen.

Besonders bei strategischen Projekten, wie der Einführung von Customer-Relationship-Management und Information-Management ist der Abgleich von Unternehmensstrategie und IT-Strategie ein entscheidender Erfolgsfaktor. Schnell laufen die Entwicklungen von Business und IT auseinander, wenn die strategische Klammer fehlt und operative Hektik den Blick für das Wesentliche verstellt. Wenn allerdings ein gemeinschaftliches Verständnis aller Beteiligten darüber besteht, wohin die Reise gehen soll und auf welchem Kurs das Ziel angesteuert werden soll, bilden Geschäfts- und IT-Strategie einen Fixpunkt gemeinsamen Handelns im Unternehmen.

**Autorin:**



Sabrina Uthe, MBA

Managing Partner  
BRAICONN Deutschland

---

**Pressekontakt:**

BRAICONN Deutschland e.K.  
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Marie-Juchacz-Straße 4  
D-41199 Mönchengladbach

Telefon: +49 (0)2166 133939-0  
Telefax: +49 (0)2166 9619916

E-Mail: [presse@braiconn.de](mailto:presse@braiconn.de)

Die BRAICONN Deutschland ist das Expertennetzwerk für strategische Beratung und operative Projektunterstützung in den Themenbereichen Information Management, Knowledge Management und Customer Relationship Management.

Weitere Informationen unter <http://www.braiconn.de>