



Perspektiven 2019: die Meinung eines KMU der Anlagestiftung Renaissance

Die Technologie im Dienste einer klaren Vision

Wenn man erst einmal weiss, was man erreichen will, stellt sich nicht die Frage, ob man Technologie verwendet, sondern mit welcher Technologie man sein Ziel am besten erreicht. Für KMU ist es daher entscheidend, ihre Prozesse als Ganzes zu analysieren, wie beispielsweise Kundenerlebnisse, und sie erst dann mit Hilfe der Technologie zu optimieren.

Par Patrick Minder
CEO von JLS Digital

Blockchain, Artificial Intelligence, Augmented Reality und weitere Trendbegriffe haben die letzten Jahre nicht nur die Agenden von Medien und Konferenzen dominiert, sondern auch die Geschäftsleitungen aus allen Branchen beschäftigt.

Tatsächlich bietet die zunehmende Vernetzung von Menschen und Geräten durch Rechenleistung neuartige Chancen für Unternehmen aller Branchen. Es ist aber auch davon auszugehen, dass viele Unternehmen in naher Zukunft von den vorherrschenden, teils überzogenen Erwartungen an diese Technologien enttäuscht sein werden.

Manager verstehen Technologie heute oftmals als «Heilsbringer». Technologien sind jedoch einem Lebenszyklus unterworfen und zum Teil auch nicht für jede Branche gleich relevant. Dies lässt sich anhand von «Artificial Intelligence» sehr gut veranschaulichen. Noch vor wenigen Jahren war z. B. die maschinelle Übersetzung so schlecht, dass Sprachdienstleister maschinell übersetzte Texte von Grund auf neu redigieren mussten. Heute hat sich die Technologie soweit entwickelt, dass es in vielen Fällen für einen Übersetzer Sinn macht, zuerst eine «Maschine» übersetzen zu lassen und das Ergebnis danach nur noch zu korrigieren.



«Bei JLS DIGITAL sind wir deshalb überzeugt, dass es Aufgabe jedes Unternehmens ist, Technologien fortlaufend kritisch zu prüfen. Doch in erster Linie gehen wir davon aus, dass eine gute Digitalstrategie primär einfach eine gute Strategie ist.»

Patrick Minder
CEO



Bei JLS DIGITAL sind wir deshalb überzeugt, dass es Aufgabe jedes Unternehmens ist, Technologien fortlaufend kritisch zu prüfen. Doch in erster Linie gehen wir davon aus, dass eine gute Digitalstrategie primär einfach eine gute Strategie ist. Eine gute Digitalstrategie fokussiert nicht auf die Technologie, sondern auf das zu lösende Problem (z. B. Prozesskosten, Kundenerlebnisse etc.). Viel zu oft beschränken sich die Diskussionen heute auf die Technologie, im Sinne von «Wir nutzen ab jetzt Blockchain».

Gerade für kleine und mittlere Unternehmen (KMU) bedeutet dies, sich nicht ausschliesslich auf die Technolo-

gien zu konzentrieren, sondern vor allem konkrete Probleme und das Optimierungspotenzial im Kundenerlebnis, in der Prozessabwicklung und in der Produktentwicklung in den Fokus zu stellen.

Erst wenn man weiss, was man erreichen will, stellt sich die Frage nach der geeigneten Technologie.



DIGITAL
marketing

2017 taten sich die Anlagestiftung Renaissance und das Management von JLS DIGITAL zusammen, um im Rahmen eines Management Buy-outs gemeinsam das gesamte Gesellschaftskapital zu übernehmen. Mit dieser Finanzierung unterstützte Renaissance die Entwicklung des Stammgeschäfts von JLS und ermöglichte dem Unternehmen, in innovative Neuerungen zu investieren. Das Unternehmen JLS Digital mit Sitz in Luzern und

Zürich beschäftigt 64 Mitarbeitende. Präsidentin des Verwaltungsrats ist Frau Andrea Wucher. Xavier Paternot vertritt die Anlagestiftung Renaissance im Verwaltungsrat. www.jls.ch

Über 40 Pensionskassen haben heute in Renaissance investiert. Dies macht Renaissance zur erfolgreichen Partnerin von schweizerischen KMU, die ihnen die Nachfolgeregelung und ihr Wachstum finanziert.



info@renaissance.net



www.renaissance.net