

„Deutsche Unternehmen müssen beim digitalen Wandel noch schneller werden!“



Loren Heilig,
Geschäftsführer der
IBsolution GmbH

Alter: 45
Geburtsort: Karlsruhe
Familienstand:
verheiratet

Bildquelle: IBsolution

viele Jahre, wenn nicht Jahrzehnte in der Wartung. Somit haben die Kunden oftmals eine sehr lange Nutzungsdauer der Lösung und dadurch zumeist einen sehr guten ROI. Natürlich gibt es hierzu auch immer wieder Diskussionen, gerade die Umstellung auf die HANA-Datenbank sorgt bei vielen Kunden für Verwirrung. Interessanterweise finden die Kunden dann aber doch immer eine Lösung mit der SAP und wenn die HANA einmal läuft, dann sind die Kunden wieder mit ihrer Entscheidung zufrieden.

S@PPORT: Auf Ihrer Webseite werben Sie damit, dass IBsolution hält, was andere versprechen. Glauben Sie, dass Kunden bei anderen (SAP)-Partnern oder -Integrationen mitunter ein falsches Bild dessen vorgespielt wird, was sie später im Projekt erwartet? Und wie hebt sich IBsolution davon ab?

Heilig: IBsolution hat seinen Schwerpunkt außerhalb der SAP-ERP-S/4HANA-Welt. Sehr viele unserer Marktbegeleiter sind in diesem Kernprodukt der SAP zu Hause. Dort erhalten die Kunden meist auch sehr gute Lösungen. Wir haben festgestellt, dass es für die Erweiterungsprodukte der SAP wie SAP Business Intelligence, Master Data Governance, Identity Management, SAP C/4HANA oder die SAP Cloud Platform Spezialwissen bedarf, das oftmals nur über viele Projekte aufgebaut werden kann. Als Spezialist in diesen Themen erleben wir leider viel zu oft, dass Projekte in diesem Umfeld unter der Leitung von Generalisten scheitern. Daher bezieht sich unsere Aussage eher auf die Abgrenzung der Spezialisten außerhalb des Core ERP zu den Generalisten mit SAP-ERP-Schwerpunkt.

S@PPORT: Stammdatenmanagement gehört zu Ihren Beratungsschwerpunkten. Eine hohe Qualität dieser Daten gilt gemeinhin als kritischer Erfolgsfaktor für digitale Geschäftsmodelle, jedoch ist es offensichtlich in vielen



S@PPORT: Herr Heilig, wie würden Sie die IBsolution innerhalb des SAP-Partner-Ökosystems charakterisieren:

Beratungshaus, Systemintegrator, Anbieter von Produkterweiterungen?

Loren Heilig: Sehr gute Frage. Ich würde uns als ein Beratungshaus mit Schwerpunkt Systemintegration beschreiben, das sich in den letzten zwei Jahren stark zum Anbieter von Produkterweiterungen und fertigen Lösungen auf der SAP-Plattform gewandelt hat. Ein Weg, der aus unserer Sicht vor jedem Beratungshaus liegt.

S@PPORT: Der ERP-Markt ist breit: Leistungsfähige Branchenlösungen von Datev, abas oder PSI stehen neben auf den Mittelstand zugeschnittenen Produkten wie MS Dynamics. Wie gelingt es der SAP aus Ihrer Sicht, sich mit ihren Produkten seit nunmehr Jahrzehnten erfolgreich zu behaupten?

Heilig: SAP hat aus unserer Sicht zwei große Stärken. Sie bietet ein integriertes System mit sehr vielen Erweiterungsmöglichkeiten. Quasi jeder Kundenwunsch kann erfüllt werden und sehr viele Kunden realisieren in einem quelloffenen SAP-System ihre Wünsche selbst. Zum anderen ist SAP ein verlässlicher Partner. Softwareprodukte sind

Loren Heilig:

„Generell finde ich es unschön, wenn klassische Hosting-Produkte wie eine SAP HANA Enterprise Cloud als Cloud-Lösung vermarktet werden.“



Quelle: IBsolution

Unternehmen damit nicht zum Besten gestellt, wie man immer wieder liest. Teilen Sie diese Einschätzung und wenn ja, woran liegt das?

Heilig: Stammdatenmanagement ist aus unserer Sicht tatsächlich einer der wichtigsten Erfolgsfaktoren in der digitalen Welt. Unsere Kunden waren hier aber in der Vergangenheit nicht faul, sondern es gab eine Verschiebung der Schwerpunkte. War es früher so, dass das ERP-System das Ende aller Prozesse war, so ist es heute eher der Mittelpunkt. Stammdaten mussten nicht weiterverteilt werden, sie wurden für die Verbuchung im ERP benötigt. Nur die Unternehmen mit multiplen ERP-Systemen haben sich dem Problem gestellt. Heute laufen die Prozesse aber nach dem ERP-System weiter oder ganz neue Anwendungen benötigen immer die richtigen Referenzdaten. Hier kommen dann Lösungen rund um das Stammdatenmanagement zum Einsatz.

S@PPORT: Beim Umstieg in die HANA-Welt starten Firmen gerne mit SAP BW, um Analysen direkt auf dem SAP-Produktivsystem durchführen zu können. Können Sie dieses Vorgehen aus Ihrer betrieblichen Praxis heraus bestätigen?

Heilig: Das BW-System hat sich in der Vergangenheit immer angeboten, da es hier zumeist sofort zu messbaren Verbesserungen nach der Umstellung

auf eine HANA-Datenbank gekommen ist. Dieses Vorgehen nimmt aus unserer Sicht allerdings ab. Kunden nehmen sich vermehrt das Kernsystem für eine HANA-Umstellung vor. Dies liegt aus unserer Sicht daran, dass zum einen die Werkzeuge für die Umstellung stark verbessert wurden und zum anderen an dem nun viel größeren Erfahrungsschatz am Markt. Weiterhin haben sehr viele Kunden mit der HANA-Datenbank im Rahmen von SAP-Cloud-Plattform-Projekten Erfahrungen gesammelt. HANA ist nun schon seit fast sieben Jahren am Markt. Bedenkt man die normale Trägheit der SAP-Kunden von fünf Jahren, ist das Produkt aus unserer Sicht sehr gut am Markt angekommen.

S@PPORT: Die (Um)Firmierungsfreude von SAP ist legendär. Wissen Ihre Kunden eigentlich den genauen Unterschied zwischen SAP HANA Enterprise Cloud, S/4HANA Cloud und SAP Cloud Platform? Wie leisten Sie hier Aufklärungsarbeit?

Heilig: Das ist in der Tat ein sehr unschönes Kapitel. Umfirmierungen helfen zumeist nicht in der Verbreitung des Produktes. Generell finde ich auch unschön, wenn klassische Hosting-Produkte wie eine SAP HANA Enterprise Cloud als Cloud-Lösung vermarktet werden. Die Frage muss vielmehr sein, ob die SAP schon reine SaaS-Angebote hat. Hier ist aus unserer Sicht die SAP

Cloud Platform am weitesten. Andere SAP-Produkte sind weiterhin auf dem bekannten SAP NetWeaver Stack aufgebaut und somit aus meiner Sicht keine SaaS-Produkte. SAP wird hier die nächsten Jahre deutlich nachlegen müssen. Dies schon aus eigenem Interesse, denn nur so lassen sich die Kosten in einem vernünftigen Maß halten.

S@PPORT: Sie bieten ein umfangreiches Toolkit zur Vorbereitung von Unternehmen auf die Digitale Transformation, von Design-Thinking-Workshops über UX-Design bis zu Trendprognosen für die Unternehmensplanung. Glauben Sie, dass Firmen selbst noch nicht in der Lage sind zu umreißen, wie sie die Digitale Transformation am besten angehen können und daher Anschubhilfe benötigen?

Über IBsolution

Die IBsolution GmbH mit Sitz in Heilbronn, gegründet 2003 von drei ehemaligen SAP-Mitarbeitern, ist ein IT-Beratungshaus und Partner für SAP-Projekte mit Spezialwissen in den Bereichen Business Intelligence, Prozessoptimierung und Technologieberatung.

www.ibsolution.de

Heilig: Generell sind die deutschen Unternehmen für den digitalen Wandel besser aufgestellt, wie es so mancher Zeitungsartikel dazu vermuten lässt. Gerade bin ich von einer dreiwöchigen Reise in das Silicon Valley zurückgekommen, auf der wir gemeinsam mit anderen Unternehmen aus Baden-Württemberg waren. Wir verstehen uns nicht als diejenigen, die wissen, wie es geht. Wir haben auch hier vielleicht etwas mehr Erfahrung, etwas mehr ausprobiert und wir geben dieses Wissen gerne weiter. Was generell aber auffällt im Vergleich zum Silicon Valley, ist, dass wir einfach zu langsam sind. Die Zeit des Ausprobierens und des Scheiterns (Time to fail) ist dort viel kürzer. Aber genau durch diese schnellen Iterationen erreichen die Unternehmen dort viel schneller den sogenannten Product-Market-Fit. Hierzu sind wir auch mit anderen Projektmethoden unterwegs. Aber auch hier müssen wir schneller werden.

S@PPORT: *Viele SAP-Prozesse können heute über Fiori-Apps und mobile Anwendungen von SAP-Partnern bereits von unterwegs angestoßen werden. Inwieweit wird dies in der Praxis bereits genutzt?*

Heilig: Leider noch zu zögerlich. ERP-Systeme und deren Nutzung der Systeme sind immer noch Desktop-orientiert. Dabei könnten so viele Dinge nebenbei erledigt werden wie Rechnungsfreigaben und Urlaubsanträge. Lösungen dazu existieren bereits, deren Nutzung steckt noch in den Kinderschuhen. SAP hat hier durch die

fehlende Mobilstrategie und die oft undurchsichtigen Preiskonzepte viel Boden verloren. Aus meiner Sicht benötigt jeder Kunde eine SAP Fiori Cloud, die genau diese Dinge ermöglicht, und dies zu einem sehr vernünftigen Preis.

S@PPORT: *Sie sind seit vielen Jahren erfolgreich im SAP-Partnergeschäft. Was, glauben Sie, ist Ihr Erfolgsrezept? Und wo sehen Sie sich in fünf Jahren?*

Heilig: Wir sehen andere Beratungsunternehmen nicht als Wettbewerb. Wir alle verfolgen das gleiche Ziel: die Kunden der SAP wettbewerbsfähiger zu machen. Daher stellen wir uns im Wettstreit der besten Konzepte und ergänzen uns dort mit anderen Lösungen oder Ressourcen, wo wir gerade nicht zu 100 Prozent lieferfähig sind. Keinem Partner im Ökosystem gehört ein Kunde. Die Kunden gehören sich selbst. Mit dieser Einstellung haben wir es geschafft, selbst ehemalige Wettbewerber zu Partnern zu machen und dadurch haben wir den Wert beim Kunden für die SAP-Lösung deutlich erhöhen können.

S@PPORT: *Als Geschäftsführer eines größeren Unternehmens wird Ihnen einiges abverlangt. Welche Charaktereigenschaften sind ein absolutes Muss, um sich als selbstständiger Unternehmer behaupten zu können?*

Heilig: Wichtig ist, dass man sich selbst nicht allzu wichtig nimmt. Alles klappt nur mit einem guten Team. Und das habe ich gemeinsam mit meinem Co-

Geschäftsführer und unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern.

S@PPORT: *Und wie sieht Ihre Work-Life-Balance aus? Womit tanken Sie in der Freizeit Kraft auf?*

Heilig: Familie, Urlaub und Sport stehen sicherlich an oberster Stelle. So mache ich jedes Jahr noch meine vier Wochen Urlaub, ganz ohne Kontakt ins Unternehmen. Danach ist der Akku so richtig voll. Sport hilft über das Jahr mit, den Kopf frei und die Gedanken fokussiert zu halten.

S@PPORT: *Stichwort Lesen: Prosa oder Sachbuch?*

Heilig: Ganz klar Sachbuch. Prosa kommt leider viel zu kurz.

S@PPORT: *Angenommen, Sie hätten die Möglichkeit, Ihr Unternehmen noch einmal aufzubauen: Welchen Umweg in der Vergangenheit würden Sie sich im Nachhinein lieber ersparen?*

Heilig: Zu erkennen, dass Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Schlüssel zum Erfolg sind, hat einige Jahre gedauert. Weiter waren wir am Anfang so ausgerichtet, dass wir uns für die Besten gehalten haben und wie so viele andere den Kunden besitzen wollten. Auch hier haben wir uns neu justiert und konnten dadurch sowohl unser Partnernetzwerk wie auch viel bessere Kundenbeziehungen aufbauen.

Das Gespräch führte Frank Zscheile.