BPMforum
business process management

Ein Special in Kooperation mit der netzwoche

Platin-Partner

software AG

zh aw School of Management and Law

DER UNABHÄNGIGE KONGRESS FÜR ENTSCHEIDUNGSTRÄGER –
MIT ALLEN RELEVANTEN THEMEN ZU ERFOLGREICHEM «BUSINESS PROCESS MANAGEMENT»

«Business Process Management» – Wichtige Kernkompetenz erfolgreicher Unternehmen

BPM FORUM: 17. MÄRZ 2011, 08:30 – 17:00 UHR, SWISSÔTEL ZÜRICH/OERLIKON

> > > > > > > > > > ONLINE-ANMELDUNG < < < < < < < < < <

WWW.BPM-FORUM.CH > BESUCHERANMELDUNG

Themen: Wie «Business Process Management» strategisch genutzt wird • Was strategiegerechte Organisationen auszeichnet • Best Practices: Wie Effektivität und Effizienz in Führungs- und Kernprozessen gesteigert wird • Status quo und Zukunft: Erstmalige Präsentation der Studienergebnisse über BPM im deutschsprachigen Raum (Fokus: Schweiz) • Welches sind die erfolgversprechendsten BPM-Tools?

> Referenten und Programm Seite 4

Business Process Management 2011 – Hype, Hoffung oder Realität?

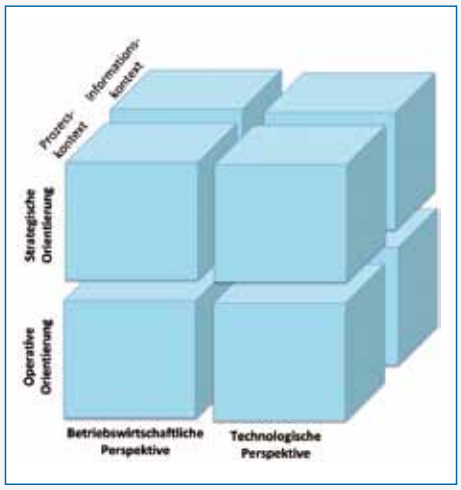
Die Ausgestaltung und der Automatisierungsgrad von Geschäftsprozessen bestimmen die Produktivität, Qualität und Innovationsfähigkeit einer Organisation in hohem Masse. Doch das Potenzial, das moderne Konzepte bieten, wird noch nicht ausgeschöpft. Clemente Minonne

Dass es sich heute bei der neuzeitlichen Managementdisziplin Business Process Management (BPM) um keinen Hype mehr handelt, erkennt man daran, dass man auf die Frage «Welche Zielsetzung verfolgt Ihre Organisation mit der Anwendung von BPM?», eine ausführliche und präzise Antwort erhält: die konsequente Umsetzung der Unternehmensstrategie und ihrer Ziele, die Gestaltung von unternehmensübergreifenden Prozessen, aktive Ressourcen- respektive Kapazitätsplanung und -steuerung, die Durchführung von Engpassanalysen, die Ermittlung kostenkritischer Arbeitsschritte, die Erhöhung der Integration externer Partner wie Kunden oder Dienstleistungslieferanten, die Erhöhung des Innovationsgrads, die Produktivitätssteigerung durch Prozessbeschleunigung, Qualitätsverbesserung, die Steigerung der Prozesssicherheit zwecks Verminderung oder Vermeidung von Geschäftsrisiken, die Unterstützung von In- sowie Outsourcing-Entscheidungen und nicht zuletzt die Verbesserung der Kundenorientierung.

Eine weitere Frage in diesem Zusammenhang lautet: In welchem Entwicklungsstadium schätzen Sie in Ihrer Organisation heute aus Sicht der Anwendung von BPM zu sein? Worauf eine Antwort erfolgen kann, wie: Richtlinien und Methoden sind grösstenteils eingeführt sowie eine kontinuierliche Verbesserung ausgewählter Geschäftsprozesse ist vorhanden.

Der BPM-Würfel …

Bei intensiver Betrachtung der Disziplin BPM wird klar, dass die möglichen Sichtweisen sinnvollerweise in der Darstellung eines Würfels (Cube) besser verstanden und erklärt werden können. Auf dem Prinzip von Ursache–Wirkung beruhend, scheinen hier bei der einzunehmenden Betrachtungsweise (Ausgangslage) die «betriebswirtschaftliche» sowie «technologische» Perspektive sinnvoll zu sein. Aus der Orientierungssicht (Zielrichtung) betrachtet, drängen sich erfahrungsgemäss die «strategische» und «operative» Orientierung auf. Möchte man diese zwei Dimensionen in den acht möglichen Kombinationen einem konkreten Kontext zuweisen, so scheint es naheliegend, dass man hierfür die Prozess- und Informationsdimension wählen würde. Diese acht unterschiedlichen Konstellationen lassen sich idealerweise in Form eines Würfels darstellen, der in sich aus acht einzeln isolierten Würfeln zusammengesetzt ist (siehe Grafik).



Business-Process-Management-Würfel

Grafik: Minonne 2010

… ist vielseitig einsetzbar

Die Erfahrung zeigt, dass sich der BPM-Cube für verschiedene Zwecke einsetzen lässt. Einer der wohl am meisten unterschätzten Zwecke ist die Vereinfachung der Kommunikation im organisationalen Kontext, zum Beispiel zwecks Erklärung von Vorhaben respektive definierter Massnahmen. Dies empfiehlt uns implizit, dass wir bei der Definition von Massnahmen, bei der Konzipierung alternativer Lösungsansätze, bei der Beschreibung relevanter prozessbezogener Anforderungen sowie bei der konkreten Umsetzung der geplanten Massnahmen konsequent eine Kategorisierung vornehmen sollten, die auf acht Würfeln basiert.

Eine essenziell wichtige Grundvoraussetzung ist es, dass in der Phase der Strategieumsetzung eines Unternehmens bei der Formulierung konkreter prozessorientierter Massnahmen (Balanced Scorecard) die acht unterschiedlich charakterisierten Cubes bereits zu diesem frühen Zeitpunkt der Strategieumsetzung berücksichtigt werden.

Um diese Thematik vertiefen zu können, leitet der Autor zurzeit das Studienprojekt «BPM 2011 – Status quo und Zukunft: Eine Studie im deutschsprachigen Europa» durch. Hier kann daran teilgenommen werden: **www.sml.zhaw.ch/de/management/zwi/forschung/aktuelle-studien/bpm-studie-2011.html**

Die Ergebnisse hierzu werden erstmals am 17. März 2011 anlässlich des BPM Forums vorgestellt. <

Dr. Clemente Minonne ist stv. Leiter des Zentrums für Wirtschaftsinformatik der ZHAW School of Management and Law.

BPM FORUM 11: ANMELDUNG UND INFORMATION

17. März 2011, 08:30 – 17:00 Uhr
Swissôtel Zürich/Oerlikon

Online-Anmeldung via:
www.bpm-forum.ch > Besucheranmeldung
Teilnahmegebühr:
Teilnehmer (Anwender): CHF 390.–
Provider (Anbieter von BPM-Services): CHF 790.–
Im Tagungspreis inbegriffen:
Besuch des BPM Forum 2011 | Kongressbroschüre | Exklusive Studienergebnisse über BPM im deutschsprachigen Raum: Status quo und Zukunft | Networking auf höchstem Niveau | Mittagessen, Pausengetränke, Apéro riche
Auskünfte:
BPM Forum | c/o uvision | Nordstrasse 9 | 8006 Zürich
Telefon: +41 (0)44 260 10 60 | office@uvision.ch
www.bpm-forum.ch

«Wir haben in Sachen Awareness in den letzten Monaten grosse Fortschritte gemacht»

Die Software AG ist auch nach dem Zusammenschluss mit IDS Scheer in der Schweiz noch wenig bekannt. Wie die Software AG Schweiz einen höheren Bekanntheitsgrad erreichen will und was die Trends am Markt sind, verrät Oliver Erb, Managing Director und Vice President Sales Software AG im Interview mit der Netzwoche. Anja Schütz

Herr Erb, obwohl die Software AG letztes Jahr 40. Jubiläum hatte und die Niederlassung Schweiz 2010 bereits 25 Jahre existiert, ist sie in der Schweiz noch wenig bekannt – warum eigentlich?

Eine schlüssige Antwort darauf gibt es nicht. Ich kann mir höchstens vorstellen, dass das daher rührt, dass die Software AG doch relativ spät ins Geschäft gekommen ist. Lange Zeit wurden ausschliesslich Mainframe-Produkte vertrieben, bis die Software AG dann vor drei Jahren Webmethods gekauft hat. Hier in der Schweiz hat man wahrscheinlich, als Webmethods übernommen wurde, zu wenig Awareness für diese neuen Lösungen kreiert.

Und was wollen Sie tun, um einen höheren Bekanntheitsgrad zu erlangen?

Wir haben sicherlich in den letzten 12 bis 15 Monaten in der Schweiz grosse Fortschritte hinsichtlich Awareness gemacht. Allerdings sind wir noch nicht dort, wo wir eigentlich hin wollen. Das heisst, wenn ich heute mit Unternehmensvertretern über unser Lösungsportfolio und die Software AG Schweiz rede, dann wissen mittlerweile viele Bescheid über unser Angebot. Das Wichtigste ist, dass unsere Mitarbeiter im Aussendienst, im Vertrieb und die Consultants, unsere Produkte, Services und die Positionierung der Software AG richtig kommunizieren. Ich bin der Überzeugung, dass man Marketingkampagnen fahren kann, so viele man will. Wenn man die Basisarbeit nicht macht, ist zu wenig Nachhaltigkeit vorhanden. Deshalb veranstalten wir auch sehr dedizierte Themenevents, zu denen wir maximal 15 Leute einladen. Dort findet dann immer ein reger Informationsaustausch statt.

Sie sind seit über einem Jahr bei der Software AG (SAG) – was hat sich seitdem hinsichtlich der Neupositionierung getan?

Ein ganz wichtiger Punkt ist natürlich die Integration von IDS Scheer. Ich bin davon überzeugt, dass uns dies ganz gut gelungen ist, vor allem auch weil wir seit Mai dieses Jahres gemeinsam neue Büroräumlichkeiten bezogen haben. Das war ganz wichtig für die Zusammenarbeit – zumal die Software AG und die IDS Scheer viele komplementäre Kunden haben. Die IDS-Scheer-Kunden können jetzt vom klassischen Software-AG-Produktportfolio profitieren und umgekehrt. Natürlich unterscheidet sich die Kultur der beiden Unternehmen voneinander – da muss man viel Akzeptanz und Toleranz zeigen. Wir sind natürlich nicht mit der Walze über IDS Scheer gefahren, sondern gemeinsam an die Themen herangegangen und haben die Schweizer Strategie auch zusammen entwickelt.

Also ist die Integration jetzt abgeschlossen?

Zum Teil, die operative Integration ist bereits abgeschlossen, aber die rechtliche findet Ende dieses Jahres statt. Dann gibt es juristisch gesehen nur noch eine Firma: die Software Systems AG Schweiz. Allerdings bleibt der Brand IDS Scheer Consulting erhalten.

Insgesamt arbeiten jetzt rund 80 Mitarbeiter in der Schweiz – stimmt es, dass einige IDS-Scheer-Mitarbeiter nach der Übernahme nicht bei der Software AG bleiben wollten?

Wie bei jeder Integration wird man den einen oder anderen Mitarbeiter leider verlieren. Das liegt in der Natur der Sache. Wenn man sich nicht mehr mit dem neuen Arbeitgeber identifizieren kann, dann muss jeder selbst entscheiden, ob er bleiben will oder lieber geht. Und solche Fälle gab es natürlich auch bei uns. Wir haben nur sehr wenige Mitarbeiter verloren – die Zahl bewegt sich im einstelligen Bereich. Jedoch haben wir sehr sportliche Pläne bezüglich des Wachstums an Mitarbeitern.

Was war 2010 für Sie die grösste Herausforderung?

Die Integration von IDS Scheer in der Schweiz. Ausserdem stehen wir immer noch vor der Herausforderung, die Software AG Schweiz am Markt richtig zu positionieren.

Gibt es ein Alleinstellungsmerkmal gegenüber den Konkurrenten Oracle, IBM und Tibco?

Wir sind der einzige Hersteller in unserem Bereich, der Ent-to-End-Business-Process-Excellence als Gesamtpaket anbietet. Unsere Mitbewerber haben in diversen Bereichen gute Produkte, aber keiner kann es von Anfang bis zum Ende durchziehen. Das zweite Alleinstellungsmerkmal ist unsere neutrale und unabhängige Stellung am Markt. Für uns spielt es keine Rolle ob wir ERP/BI von SAP implementieren oder Umsysteme von Oracle, IBM etc. integrieren.

Oliver Erb ist Managing Director und Vice President Sales der Software AG.

«Wir haben gemeinsam mit IDS Scheer die Schweizer Strategie entwickelt.»

Sehen Sie da einen Trend am Markt, dass Kunden BPM aus einer Hand bevorzugen?

Es gibt schon Beobachtungen, bei denen wir festgestellt haben, dass sich einige Kunden in Abhängigkeit von einem grossen Anbieter begeben haben. Aber inzwischen sehen wir auch, dass sich genau diese Kunden zunehmend nach Alternativen umschauen.

Vor Ihrem Wechsel zur Software AG waren Sie bei Business Objects Schweiz beschäftigt – warum haben Sie sich damals für den Wechsel entschieden?

Als SAP Business Objects übernommen hatte, habe ich die Integration der Niederlassung in der Schweiz und Italien verantwortet. Danach war mein Job eigentlich getan. Nach sechs Jahren wollte ich ausserdem etwas Neues machen.

Grosses Thema in Zusammenhang mit BI ist Forecasting – wie sieht denn das Forecasting für die nächsten Quartale bei SAG Schweiz aus?

Wir streben in den nächsten Quartalen ein Wachstum von 30 bis 40 Prozent an und erwarten sehr positive Quartalszahlen. Zum Teil haben wir jetzt schon sehr grosse Projekte laufen – und wenn die Wirtschaft entsprechend mitspielt, werden wir voraussichtlich auch diese Wachstumsziele in der Schweiz erreichen. <

Zeit	Forums-Programm | 17.03.2011, Vormittag
08:00	Registration, Empfang mit Kaffee und Gipfeli / Networking
08:45	**Begrüssung und Themeneinführung** Claudio Dionisio, Managing Director, uvision AG Dr. Guido Fischermanns, Geschäftsführer ibo und Buchautor
09:00	**Mehr strategische Flexibilität dank BPM:** **Strategie und Praxis bei der Uhrenmanufaktur IWC Schaffhausen** Karlheinz Baumann, COO Antonio Palmisano, Head of Business Process Management, IWC Schaffhausen
09:35	**Präsentation: ‚BPM 2011 – Status-Quo und Zukunft: Eine Studie im deutschsprachigen Europa'** Dr. Clemente Minonne, ZHAW – School of Management and Law
10:05	Kaffee-Pause / Networking
10:35	**BPM-Herausforderungen und moderne -Lösungen** Wolfram Jost, CTO Software AG
11:00	**'From ERP to BPM in the Cloud - the big picture'** Jan Baan, Founder & Chairman, Chief Innovation Officer, Cordys AG
11:25	**BPM-Suites: Shoot-out** Anbietervergleiche anhand eines konkreten Beispiels. Vergleich zwischen: Cordys, InterSystems, SAG Software AG, Soreco ....
12:00	Mittags-Pause / Lunch / Networking

Zeit	Forums-Programm | 17.3.2011, Nachmittag	
	Best Practice-Session 1: Strategie und Management	**Best Practice-Session 2: Implementierung**
13:15	**Neue Strategien und Innovationen im Umfeld von Kundenprozessen** Daniel Liebhart, Solution Manager, Trivadis AG	**Pimp your Customer Care – Einfache Kundenbetreuung im komplexen Strommarkt** Dr. Thorsten Seiferth, Leiter Vertrieb Centralschweizerische Kraftwerke AG (CKW)
13:45	**Von der Strategie zur Innovation** Case Actelion Pharmaceutical Ltd	**Erfolgreiche IT Unterstützung von HR-Prozessen** Thomas Oechslin, Leiter Personal Services, Mitglied der Direktion, Raiffeisen Schweiz
14:15	**Zertifizierung und international einheitliches Verständnis von BPM** Member of the European Association of BPM	**Globale Prozesse bei einem Global Player der Automobilzulieferindustrie** Dr. Stefan Novotny, Bereichsleiter Qualität & Prozesse, ThyssenKrupp Presta AG, Eschen (FL)
14:45	Kaffee-Pause / Networking	
15:15	**Nachhaltige Kosteneinsparungen durch Standardisierung und Automatisierung** CIO, Stiftung Auffangeinrichtung	**Business Case: Health Care** Jürg Lindenmann, Leiter Prozessunterstützung und Informatik , Universitäts-SpitalsBasel
15:45	Kurze Wechsel-Pause	
15:50	**Business Transformation: Value Creation or Money Pit?** André Guyer, Head Global Transformation, Zurich Financial Services Group	
16:20	**Megatrends des Wandels: Was Mitarbeitende – und Kunden – heute und morgen bewegt.** Georges T. Roos, Zukunftsforscher	
16:50	Fazit und Ausblick	
17:00	Branchen-Apéro	

Platin-Partner

Gold-Partner

Silber-Partner

Medienpartner