

Themenspezial

AINÖDER GMBH



Virtual-Reality(VR)-Brillen machen es möglich, in simulierte 3-D-Welten einzutauchen. Zu Digitalisierungstrends wie zum Beispiel „virtuelle Realität“ berät die Ainöder GmbH. Foto: Konstantin Yuganov - stock.adobe.com

Consulting im digitalen Zeitalter

Die Unternehmensberatung unterstützt Kunden bei Fragen zu Digitalisierung, Optimierung und Innovation. Schnelle Hilfe bietet die Unternehmersprechstunde.

Von Stephanie Burger

REGENSBURG. IT-Konzerne entwickeln autonome Fahrzeuge, Plattformökonomien wie Uber oder Airbnb verändern Branchen und Software-Entwickler krepeln die Bankenwelt um – der Megatrend Digitalisierung stellt viele bewährte Geschäftsmodelle infrage und bricht etablierte Märkte auf. „In irgendeiner Art und Weise ist jedes Unternehmen davon betroffen. Aber Digitalisierung bedeutet auch für jeden etwas anderes und muss jeweils individuell interpretiert werden“, sagt Andreas Ainöder, Gründer und Geschäftsführer der Ainöder GmbH.

Der 40-jährige Ingenieur hat 2017 nach langjähriger Berufserfahrung als Leiter Innovation bei BSH Bosch und Siemens Hausgeräte eine Unternehmensberatung ins Leben gerufen. Das junge Unternehmen mit Sitz in der TechBase hat sich bestens entwickelt. Neben dem Geschäftsführer stehen drei weitere Consultants sowie ein 15-köpfiges Team externer Spezialisten Kunden aller Branchen als Beratungspartner zur Verfügung. „Die Digitalisierung treibt alle um. Doch für viele ist wenig greifbar, was dies konkret für sie bedeutet“, stellt Andreas Ainöder fest. Als strategischer Partner unterstütze er Unternehmer dabei, genau dies herauszufinden. „Wir identifizieren für unsere Kunden ihre individuellen Digitalisierungsziele und begleiten sie auf ihrer digitalen Reise.“

Intensive Analyse

Dieser Reise gehe stets eine intensive Analyse voraus, erklärt Ainöder. Es gehe darum, ein echtes Verständnis für das Unternehmen, seine Prozesse und Geschäftsmodelle zu entwickeln. „Wir nehmen dazu sämtliche Funktionsbereiche des Unternehmens genau unter die Lupe – von der Produktion über Vertrieb und Marketing bis hin zum Controlling. Erst wenn wir wirklich verstanden haben, was gemacht wird, welche Prozesse gut oder auch schlecht laufen und warum etwas so und nicht anders gehandhabt wird, führen wir unsere Ergebnisse in ein Gesamtbild

zusammen und der Kunde erhält einen Empfehlungskatalog mit konkreten Vorschlägen“, erläutert der Geschäftsführer und betont noch einmal die Unterschiedlichkeit digitaler Ziele: Während es für ein Industrieunternehmen beispielsweise in der Einführung einer „Industrie 4.0“-Komponente liegt, kann es für einen Arzt in der Einrichtung einer digitalen Sprechstunde bestehen, in welcher er eine Virtual-Reality(VR)-Brille als Diagnosewerkzeug einsetzt.

Ainöders Beratungsansatz basiert auf einem Dreiklang aus Analyse, Optimierung und Innovation. Während es in der Analyse- und Optimierungsphase primär darum geht, Probleme in bestehenden Prozessen zu lösen und die Grundstruktur des Unternehmens zu verbessern, so zielt die Innovationsberatung darauf ab, Unternehmen zu einem systematischen Innovationsmanagement zu verhelfen. „Wenn ein Unternehmen innovativ sein möchte, darf es Innovationen nicht dem Zufall überlassen, sondern muss eine Systematik kontinuierlicher Selbsterneuerung entwickeln“, sagt Ainöder. Denn Erfolg beruhe immer auch die Gefahr der Betriebsblindheit und des Verschlafens relevanter Entwicklungen. „Es ist unerlässlich, regelmäßig und systematisch zu reflektieren und zu hinterfragen, ob ich mit meinem Geschäftsmodell auf kurze, mittlere und lange Sicht noch gut aufgestellt bin.“

Über das reine Consulting hinaus gehört zum Portfolio des jungen Unternehmens auch Full-Service-Support in verschiedenen Bereichen. Zu den „Managed Services“ gehört beispielsweise Open-Source-Software-Management, aber auch Innovationsmanagement im Kundenauftrag. Eine Besonderheit und sogar ein Alleinstellungsmerkmal ist der „Ainöder-Alarm“, eine systematische und unternehmensindividuelle Form des Trendscoutings. „Kunden haben die Möglichkeit, passgenau zu ihrem Unternehmen diesen Alarm zu platzieren. Wir beobachten dann, wie sich die für sie relevanten Märkte und Technologien entwickeln. Stoßen wir auf eine Idee mit Potenzial für ein neues Produkt oder eine

Dienstleistung oder auch auf einen Trend, der für das Geschäftsmodell des Kunden bedrohlich werden könnte, so wird er von uns in bestimmten Intervallen, zum Beispiel in Form eines wöchentlichen Infoletters oder eines Monatsreports, informiert.“ Der Kunde habe dann beispielsweise die Möglichkeit, die Idee weiterzuspinnen und sie im Idealfall sogar in ein Produkt zu überführen. „Dieses Trendscouting ist im Unternehmensalltag kaum leistbar. Unser Alarm sorgt dafür, am Puls der Zeit zu bleiben“, so Ainöder. Consulting in diesem Kontext bedeute auch, eine Art Übersetzerrolle zu übernehmen. „Man könnte sagen, wir bringen einen globalen Technologietrend in die Sprache des jeweiligen Kunden – und zwar so aufbereitet, dass die Geschäftsführung in der Lage ist, zu entscheiden, wie mit diesem Thema umgegangen werden soll.“

Hohe Technologiekompetenz

Innovation, Digitalisierung und Optimierung – immer wieder sind es diese Themen, die im Zentrum aller Beratungsprojekte der Ainöder GmbH stehen. „Zu unserer Kernkompetenz gehört es, diese Themen zusammenzubringen, indem wir Management-Sichtweise und Technologieverständnis in die Beratung einbringen“, so Ainöder. Viele Consultants hätten deshalb einen technischen Background und Berufserfahrung in einer leitenden Position.

Ein spezielles Angebot liegt Ainöder besonders am Herzen: seine Unternehmersprechstunde. Das kompakte Beratungsformat richtet sich an Selbstständige, Unternehmer, Fach- und Führungskräfte, die einen „Sparringspartner“ zur Diskussion konkreter Herausforderungen suchen. In Einzelgesprächen werden dann Lösungen erarbeitet. Das Angebot kann unabhängig von anderen Dienstleistungen der Unternehmensberatung in Anspruch genommen werden. „Der digitale Wandel wirft in immer schnelleren Zyklen neue Fragen auf. Mit unserer Sprechstunde möchten wir eine Plattform schaffen, um ein Thema zu diskutieren, zu strukturieren und auf seine Relevanz hin zu beleuchten.“

INTERVIEW

Gespräch mit Andreas Ainöder, Gründer und Geschäftsführer der Ainöder GmbH

Mit starkem Partner auf der Überholspur bleiben

Herr Ainöder, Sie haben 2017 mit Ihrer Unternehmensberatung den Sprung in die Selbstständigkeit gewagt. Was hat Sie zu diesem Schritt bewegt?

Andreas Ainöder: Im Kern wahrscheinlich mein ausgeprägter Wunsch, Dinge zu bewegen. Aber natürlich musste dieser Entschluss langsam reifen. Geprägt hat mich, dass ich schon sehr früh, mit Anfang 20, Unternehmerluft geschnuppert habe, da ich während des Studiums schon ein erstes Unternehmen gegründet habe. Dass es mir tatsächlich liegt, innovativ tätig zu sein, habe ich dann auch in den vielen Innovationsprojekten erfahren, die ich für die Firma BSH Bosch und Siemens Hausgeräte weltweit geleitet habe. Und im Kern geht es bei der Unternehmensberatung genau darum – ein Kundenunternehmen innovationsfähig zu machen.

Wie bringen Sie Innovationen auf den Weg?

Eine innovative Idee zu entwickeln bedeutet, Gewohntes zu hinterfragen, querzudenken und künftige Bedarfe zu prognostizieren – und sie dann in ein Konzept beispielsweise für eine Produktentwicklung zu überführen. Wichtig ist es auch, die Innovationsidee an der richtigen Stelle im Unternehmen anzudocken, damit sie nicht ins Leere läuft, sondern in Richtung Produkt weiter vorangetrieben wird.

Wie unterstützen Sie Ihre Mandanten bei der Realisierung ihrer Innovations- und Digitalisierungsziele?

Ausgangspunkt unserer Beratung ist oft, dass ein Unternehmer die Notwendigkeit erkannt hat, sich digitalisieren zu müssen, aber nicht weiß, wo er ansetzen soll. Es geht deshalb häufig darum, einen abstrakt erscheinenden Megatrend auf das Geschäftsumfeld des Kunden herunterzubrechen. Unser Anspruch ist es dabei, nicht auf der theoretischen Ebene stehenzubleiben, sondern konkrete, umsetzbare Vorschläge zu erarbeiten, die zu tatsächlichen Optimierungen führen.

Die Digitalisierung von Prozessen ist die Grundvoraussetzung, um auf Dauer wettbewerbsfähig zu bleiben. Doch wie sieht es mit der Entwicklung digitaler Geschäftsmodelle aus?

Hier besteht bei vielen Unternehmen Nachholbedarf. Aber gerade kleine und mittlere Unternehmen haben oft nicht die Ressourcen, um systematisch Innovationsmanagement zu betreiben. An dieser Stelle kommen wir ins Spiel: Wir unterstützen unsere Mandanten dabei, die Chancen der Digitalisierung noch besser nutzen zu können. Innovationen zu generieren und

auf den Weg zu bringen, ist unsere Kernkompetenz. Technologisches Know-how ist dafür der Schlüssel.

Mit welchen Herausforderungen können sich Kunden noch an Sie wenden?



“

„Innovationen zu generieren und auf den Weg zu bringen, ist unsere Kernkompetenz. Technologisches Know-how ist dafür der Schlüssel.“

Andreas Ainöder

Mit jeglicher Art unternehmerischer Probleme und Herausforderungen – denn unser Beratungsgegenstand ist das Unternehmen in all seinen Facetten. Ich kann zwar nicht dem Bäcker sagen, wie ihm der Teig besser gelingt. Aber ich kann für ihn ein digitales Geschäftsmodell entwickeln, das ihm hilft, seinen Absatz zu steigern.

Ein Alleinstellungsmerkmal Ihres Unternehmens ist auch der „Ainöder-Alarm“, ein systematisches Trendscouting im Kundenauftrag. Wenn nun der Alarm einen Trend als potenziell disruptiv erkennt – wie würden Sie in einem solchen Fall vorgehen?

Wir würden Vorschläge erarbeiten, wie der Kunde dem Trend begegnen kann. Das kann auch bedeuten, auf einen Zug aufzuspringen, indem das Geschäftsmodell angepasst wird. Außerdem würden wir die Konsequenzen aufzeigen, die zu erwarten sind, wenn die Entwicklung ausgeblendet wird.

Interview: Stephanie Burger
Foto: Oliver Jäckel

AINÖDER GMBH

Ainöder GmbH
Franz-Mayer-Straße 1
c/o TechBase
93053 Regensburg
Telefon: +49 (0) 941 / 599531-01
ainoeder@ainoeder.de
www.ainoeder.de

