

Am CDO führt kein Weg mehr vorbei

Lucas Bechtle, Gründer und Geschäftsführer von Digital Future in München, erklärt im Interview, welche Bedeutung die Chief Digital Officers – die Digitalverantwortlichen der Unternehmen – zukünftig am Markt haben werden.

ITD: Herr Bechtle, welche Rolle spielen Data Analysts, Data Scientists und Chief Digital Officers (CDO) angesichts der steigenden Bedeutung von Daten als Basis für unternehmensrelevante Entscheidungen?

Lucas Bechtle: Daten bestehen aus Einsen und Nullen. Das ist der Kern der Digitalisierung. Erst die Kombination dieser Einsen oder Nullen und die Art der Darstellung geben uns die entsprechende Bedeutung. Der Unterschied zwischen An und Aus macht auch für uns den Unterschied. Und als Daten lässt sich fast alles speichern. Wichtig wird der Punkt, wenn es darum geht, die Daten auszuwerten. Da kommt es auf den Menschen an, der die richtigen Fragen stellt und die Abfragen eingrenzt. Erst nach der Auswahl der Daten lassen sich Prognosen treffen, die wahrscheinlich eher zutreffen. Mit der passenden Auswahl lassen sich Prognosen darüber treffen, wie etwa Kunden sich verhalten. Das kann genutzt werden, um den Customer-first-Gedanken umzusetzen und somit mehr Umsatz zu erzielen. Daten, respektive der Zugang zu ihnen, können zudem als Ware gehandelt werden, so lassen sich neue Geschäftsfelder erschließen. Schließlich lassen sich mit Daten Handlungsentscheidungen vor dem Aufsichtsrat oder dem CEO begründen. Wir sehen: Die Bedeutung der CDOs wächst mit den Daten.

ITD: Warum haben die wenigsten DAX-Unternehmen einen CDO in der Chefetage?

Bechtle: Das mag daran liegen, dass in vielen Unternehmen bislang die Frage „Was lässt sich alles aus den Daten ableiten?“ kaum Beachtung findet.



Lucas Bechtle: „Der CDO muss im Vorstand verankert und akzeptiert sein.“

In der Wahrnehmung sind Daten noch immer stark in der IT verortet. Hinzu kommt: In jüngster Vergangenheit waren die Vorstände stärker mit der Bewältigung von Krisen beschäftigt als damit, ein neues Vorstandsressort zu kreieren. Wir hatten die Finanzkrise im Jahr 2008, den durchgehenden Fachkräftemangel und die Corona-Pandemie sowie die alles bedrohende Umwelt- und Klimakrise.

ITD: Was empfehlen Sie Ihren Klienten, wenn es um die Besetzung von Schlüsselpositionen für eine erfolgreiche Digitale

Transformation geht?

Bechtle: Es gibt verschiedene Wege, die zum Erfolg führen. Zunächst empfehlen wir meist den Top-Down-Ansatz. Dabei wird von oben nach unten eingestellt, angefangen mit dem Chief Digital Officer. Der CDO muss im Vorstand verankert sein. Ihm oder ihr sollten Befugnisse gegeben werden, über Abteilungsgrenzen hinweg zu agieren, um langwierige Kapazitätsdiskussionen zu umschiffen und immer das „bigger picture“ im Blick zu behalten. Das bedeutet, dass im Zweifel auch HR, Sales oder Marketing eingebunden werden können. Mit einem guten CDO und den nachfolgenden Teams lassen sich dann graduell auch die Firmenkultur und die Arbeitsweise verändern. Wichtig ist uns immer die klare Abgrenzung zu eventuell vorhandenen Chief Technical Officers (CTOs) oder Chief Information Officers (CIOs). Hier sollten Konflikte durch klare Absprachen von vornherein vermeidbar sein. Mittelständischen Unternehmen raten wir das ebenfalls, allerdings in kleinerem Maßstab. <

„Ein guter CDO muss in der Lage sein, ein Team aufzubauen, um das jeweilige Unternehmen in die Zukunft zu führen.“

ALEXANDER LORBER