PULSE

Das GAMBIT Magazin.

Die Wagemutigen

Schwerpunkt: Chancen

Die Macht des Netzwerks nutzen

Jule Peters verrät, wie der perfekte LinkedIn-Start gelingt

Tanz der Moleküle

Lukas Federer von economiesuisse über Wasserstoff und Nachhaltigkeit

So sieht die SAP-Architektur der Zukunft aus

Sabrina Storck von SAP Schweiz zu den Innovationen der Public Cloud

Wegbereiter der digitalen Transformation

Markus Fischer über die SAP Business Technology Platform

SAP im Wandel

Public Cloud, KI und RISE with SAP – Nadine Burghardt im Gespräch

Handel im Fokus

Sebastian Schmitz über die Zukunft mit SAP S/4HANA Cloud

01/2025

WAGEMUTIG

Haben Sie schon mal von Ingvar Kamprad, dem Schmuckhändler, gehört?

Natürlich nicht, denn Herr Kamprad hat Ende der 1940er-Jahre herausgefunden, was erfolgreiche Unternehmen von erfolglosen unterscheidet: Sie erkennen Chancen – und nutzen sie dann auch.

Ein paar Jahre zuvor hatte Kamprad noch verschiedene Haushaltswaren am Telefon verkauft. Nylonstrümpfe, Bilderrahmen, Schmuck.

Dann bemerkte er, was aus seinem Katalog sich am besten verkaufte: Möbel.

Also traf Kamprad eine mutige Entscheidung: Er strich alles außer den Möbeln aus seinem Katalog – und eröffnete seinen ersten Laden.

Und deswegen kennen Sie heute nicht Ingvar Kamprad, den Schmuckhändler – sondern Ingvar Kamprad vom Hof Elmtaryd in Agunnaryd, den Gründer von IKEA.

Solche Chancen können uns überall begegnen – heutzutage besonders in der Welt der Technologie. Wenn wir Erfolg haben wollen, müssen wir sie erkennen und mutig genug sein, sie zu ergreifen.

In dieser Ausgabe unseres Magazins kommen inspirierende Menschen zu Wort, die einiges zum Thema Chancen sagen können: Lukas Federer vom Schweizer Unternehmensverband economiesuisse schreibt darüber, wie Wasserstoff zum Energieträger der Zukunft werden könnte. Und mit LinkedIn-Expertin Jule Peters haben wir darüber gesprochen, wie man die Business-Plattform erfolgreich nutzt – als Arbeitgeber und Arbeitnehmer.

Auch die Innovationsthemen der SAP können für Unternehmen zu echten Chancen werden: Mit Co-Managing Director der Schweizer SAP, Sabrina Storck, haben wir über die Public Cloud und die damit verbundenen Möglichkeiten geredet. Meine Kollegin Nadine Burghardt wirft im Gespräch unter anderem einen Blick auf das Cloud-Angebot RISE with SAP. Und GAMBIT-Developer Markus Fischer erläutert alles Wichtige zur Business Technology Platform.

Ich wünsche Ihnen viel Freude beim Lesen – und ich hoffe, dass Sie die nächste Chance, die Ihren Weg kreuzt, mutig ergreifen!

Andreas Heinz

01/2025

INHALTS-*VERZEICHNIS*

02 Editorial

06 People und Themen

08 Augenblick

10 SAP und die Public Cloud

14 Schwerpunkt: Chancen

14 „LinkedIn könnte deine Geheimwaffe werden!“

20 Die Moleküle zum Tanzen bringen

26 Short Facts

28 GAMBIT Chronik

30 Der Blick durch die Strategie-Brille

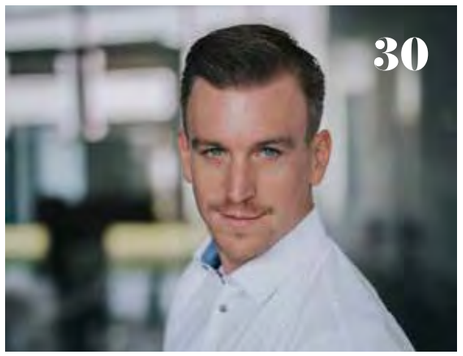
36 GAMBIT Splitter

38 „Schaut, welchen Nutzen die Cloud bereits hat!“

42 Kein SAP-Projekt mehr ohne Cloud Technology Platform

46 GNS: Greenfield als Wachstumsbooster

51 Was ist … ?



Impressum

Herausgeber: GAMBIT Consulting GmbH, Junkersring 35, 53844 Troisdorf. **Vertreten durch:** Dipl.-Kfm. Thomas Pasquale, Michael Ratte. **Kontakt:** Telefon: +49 2241 8845 455, E-Mail: info@gambit.de, Website: www.gambit.de. **V. i. S. d. P.:** Nils Greinert. **Redaktionsleitung:** Thomas Kutzner, E-Mail: thomas.kutzner@gambit.de. **Redaktion:** Thomas Kutzner, Elisabeth Lewerenz. **Layout und Grafik:** Janina Koslowski. **Bildredaktion:** Janina Koslowski. **Schlussredaktion:** Thomas Kutzner, Elisabeth Lewerenz. **Ausgabe:** 01/2025. **Druck:** FLYER-ALARM GmbH, Alfred-Nobel-Str. 18, 97080 Würzburg.

Bildnachweise: Andreas Bierwirth, Andreas Heinz, Gianmarco Pasquale, Gesellschaft für Nuklear-Service, Jule Peters, Lukas Federer, Sabrina Storck, Unsplash.com.

PEOPLE UND *THEMEN*

#1 GAMBIT-Podcast: Neue Folgen

Die neuesten Folgen des GAMBIT-Podcasts „Mit Herz und Hirn“ halten wieder spannende Geschichten aus der Unternehmensberatung bereit. Beispielsweise spricht SAP-Consultant Giulio Bergmann über seine berufliche Laufbahn in der Schweiz, Ronny Kurley über seinen Quereinstieg in die Datenmigration und Corinna Klaus darüber, wie sie den Bereich Project Management Office bei GAMBIT aufgebaut hat. Reinhören: https://www.gambit.de/podcast/

#2 Fabian Fröhlingsdorf

Ein Auto, das mit dem Haus verbunden ist. Und ein Smartphone, das mit allen Gegenständen im Haus kommunizieren kann. Gut, noch ist es nicht ganz so weit. Aber wenn es nach Fabian geht, ist das alles durchaus erstrebenswert – und zwar am besten schon morgen. Der Leiter der Business Unit Public & Utilities bei GAMBIT ist begeistert von neuen Technologien und oft einer der ersten Anwender, die sie im Alltag ausprobieren. Das eigene Haus zum Beispiel hat Fabian bereits mit zahlreichen Sensoren und kleinen technischen Helfern in ein „Smart Home“ verwandelt: von der Heizungssteuerung bis zur Alarmanlage, von der Beleuchtung und dem Fernseher bis zum Staubsauger-Roboter. Und wenn er morgens von Leverkusen aus ins Büro fährt, dann natürlich möglichst nur mit dem elektrischen Antrieb seines Hybridfahrzeugs. Aber nicht nur im Alltag schwärmt Fabian für Technik und IT – sie bestimmt auch seinen beruflichen Werdegang. Von 2009 an machte Fabian eine Ausbildung als Fachinformatiker bei GAMBIT und absolvierte ein duales Studium der Wirtschaftsinformatik an der FHDW in Bergisch Gladbach. Nach seinem Bachelor arbeitete er ab 2011 als Logistik-Berater und in der Entwicklung. Und damit nicht genug: 2015 folgte der Abschluss eines nebenberuflichen Masterstudiums IT Management and Information Systems an der FHDW. Danach wechselte Fabian bei GAMBIT in den Bereich Projektmanagement. „Wenn ich abends nach Hause komme, dann brauche ich allerdings meist gar keine Technik mehr, die das Licht oder die Musikanlage für mich einschaltet – das haben dann längst schon meine vier Kinder erledigt.“

#3 Zukunftsstudie IX: Das Deep-Tech-Manifest

Deutschland hat das Potenzial, eine der führenden Nationen im Bereich Deep Tech zu werden. So lautet das Ergebnis der neunten Zukunftsstudie des Münchner Kreises. Um sich dieses Potenzial zunutze zu machen, seien allerdings langfristige Investitionen und entsprechende politische Rahmenbedingungen nötig. Mehr erfahren über die Studie und die Beteiligung der SAP: https://news.sap.com/germany/2024/12/zukunftsstudie-ix-das-deep-tech-manifest/

#4 Netzwoche CH: SAP Public Cloud als Zukunfts-Update

Zwei Milliarden Euro will SAP in den kommenden zehn Jahren in die Entwicklung lokaler Cloud-Angebote investieren. Der Kurs des Unternehmens ist klar auf die Cloud ausgerichtet. Vor diesem Hintergrund hat sich Projektmanagerin Simone Sender del Castillo in einem Gastbeitrag für die Schweizer Netzwoche angeschaut, wann es sich für Unternehmen lohnt, die Public Cloud als zukunftsfähige Option zu prüfen. Hier lesen: https://www.netzwoche.ch/news/2024-11-06/sap-public-cloud-das-sap-zukunfts-update

#5 Studie: Einstellung zur KI-Nutzung variiert stark

Mehr als 4.000 Führungskräfte und Mitarbeitende weltweit wurden kürzlich von SAP zu ihrer Einstellung zum Thema KI befragt. Die Ergebnisse zeigen, dass die Meinung der Befragten stark davon abhängt, wie gut sie den Umgang mit Künstlicher Intelligenz beherrschen und verstehen. So sind Personen mit geringen KI-Kenntnissen beispielsweise achtmal häufiger beunruhigt von dem Gedanken, KI bei der Arbeit zu nutzen als Personen mit guten KI-Kenntnissen. Mehr erfahren: https://news.sap.com/germany/2024/12/studie-einstellung-ki-arbeit/

STERNSTUNDE

Sichtbar zu machen, was das Auge sonst nicht sieht – das fasziniert **Andreas Heinz** an der Star-Trail-Fotografie. Für solche Sternenspurbilder am Nachthimmel nutzt er das Licht der Sterne, um die Erdrotation zu visualisieren. Zwischen 300 und 900 Aufnahmen von jeweils 15 bis 20 Sekunden werden später per Software zu einem Bild vereint. „Ich suche beim Fotografieren das nicht Offensichtliche. Das Bild, das nicht im Vorbeigehen gelingt“, sagt Andreas über seine Aufnahme, die auf der Axalp im Berner Oberland entstanden ist.

„DIE PUBLIC CLOUD – SCHNELL, AGIL UND SKALIERBAR!"

Welche Möglichkeiten bietet die SAP S/4HANA Cloud Public Edition für Unternehmen? Ein Gespräch mit **Sabrina Storck**, Co-Managing Director bei SAP Schweiz, über Innovationen, Individualisierung und die Implementierung der Public Cloud.

MAGAZIN: Was sind die zentralen Vorteile der SAP Public Cloud, und wie unterstützt diese Lösung die digitale Transformation von Unternehmen in der Schweiz?

Sabrina: Die SAP S/4HANA Cloud Public Edition ermöglicht Unternehmen in der Schweiz eine schnelle, agile und skalierbare digitale Transformation. Dank vorkonfigurierter Prozesse und Best Practices können Unternehmen ihre ERP-Systeme zügig einführen und effizient betreiben. Zudem profitieren sie kontinuierlich von den neuesten Innovationen, wie KI-gesteuerten Analysen, die Geschäftsprozesse automatisieren und optimieren. Ein weiterer Vorteil ist die Flexibilität und Skalierbarkeit, die insbesondere für wachsende Unternehmen entscheidend ist.

MAGAZIN: Welche Chancen ergeben sich hier für Bestandkunden und Neukunden?

Sabrina: Bestandskunden erhalten durch die SAP S/4HANA Cloud Public Edition eine moderne und zukunftssichere ERP-Plattform, die eine höhere Flexibilität, Effizienz und planbare Kostenstrukturen bietet. In der Schweiz nutzen Kunden wie die Komax AG oder Rondo Burgdorf bereits diese Vorteile. Neukunden, insbesondere mittelständische Unternehmen und Start-ups, erhalten mit GROW with SAP einen einfachen und schnellen Einstieg in ein modernes ERP-System. Dies ermöglicht es ihnen, ihre Geschäftsprozesse von Anfang an skalierbar und effizient zu gestalten.

MAGAZIN: Wie sieht die Vision der SAP für die Zukunft der Public Cloud aus?

Sabrina: SAP entwickelt sich vom monolithischen ERP-Kern hin zu einer hochflexiblen, modularen Cloud-Architektur, die als Composable Suite bezeichnet wird. Das bedeutet, dass SAP neue Funktionen und innovative Prozesse ausschließlich als Cloud-Apps entwickelt. Dadurch wird die SAP S/4HANA Public Cloud zur zentralen Plattform für Unternehmen, die von kontinuierlichen Innovationen profitieren wollen. SAP strebt an, SAP S/4HANA Cloud Public Edition kontinuierlich weiterzuentwickeln, um Unternehmen eine sichere, zuverlässige und innovative Plattform zu bieten. Der Fokus liegt dabei auf der Integration von fortschrittlichen Technologien wie Künstlicher Intelligenz, um Geschäftsprozesse noch effizienter zu gestalten. Damit gewinnt die Lösung auch bei Großunternehmen an Bedeutung. Neben dem Mittelstand setzen zunehmend Konzerne sie als Tier-2-ERP ein – etwa Beyond Gravity in der Schweiz oder Volkswagen aus Deutschland, die damit gezielt Agilität und Skalierbarkeit in ausgewählten Unternehmensbereichen erhöhen.

MAGAZIN: Gilt das auch mit Blick auf die Aspekte Sicherheit und Datenschutz? Das sind für viele Schweizer Unternehmen die Themen, bei denen sie oft noch Bedenken haben.

Sabrina: Absolut. SAP setzt höchste Maßstäbe in Sicherheit und Datenschutz. Unsere Cloud-Lösungen erfüllen internationale Compliance- und Sicherheitsstandards, einschließlich ISO-Zertifizierungen sowie die EU-GDPR-Vorgaben. Zudem werden die Sicherheitsmaßnahmen regelmäßig von unabhängigen Organisationen geprüft, um den Schutz sensibler Unternehmensdaten zu gewährleisten.

MAGAZIN: Welche typischen Herausforderungen sehen Sie bei Unternehmen, die von On-Premise-Systemen zur SAP Public Cloud migrieren möchten?

Sabrina: Eine der größten Herausforderungen ist das Change-Management, da viele Unternehmen ihre On-Premise-Systeme über Jahre hinweg stark angepasst haben. Der Wechsel zur SAP S/4HANA Cloud Public Edition bedeutet, sich an Best Practices und Standardprozesse anzupassen – was für einige Unternehmen zunächst ungewohnt sein kann. Allerdings bedeutet Standardisierung nicht den Verzicht auf Individualisierung. Vielmehr ist es das Ziel, dass der größte Teil der funktionalen Anforderungen durch die vordefinierten Prozesse

SABRINA *STORCK*

abgedeckt wird, während spezifische Erweiterungen durch ergänzende Lösungen erfolgen. Dazu gehören unter anderem Line-of-Business-Lösungen, die SAP Business Technology Platform (BTP) sowie Partner-Apps aus dem SAP Store.

MAGAZIN: Wie unterstützt die SAP Schweiz ihre Kunden bei der Einführung und Integration der Public-Cloud-Lösungen, um die Umstellung möglichst reibungslos zu gestalten? Welche Rolle spielt hier GROW with SAP?

Sabrina: Mit GROW with SAP bieten wir ein komplettes Paket für eine schnelle und einfache Implementierung der SAP S/4HANA Cloud Public Edition. Unser Expertenteam und unser Partnernetzwerk unterstützen Unternehmen in jeder Phase der Einführung. Wir bieten vorkonfigurierte Prozesse und Best Practices, die eine schnelle Implementierung ermöglichen, sowie umfassende Schulungs- und Support-Ressourcen. So stellen wir sicher, dass der Übergang zur Cloud reibungslos gelingt.

MAGAZIN: Inwiefern hilft die SAP Public Cloud, die Anforderungen an Nachhaltigkeit und Effizienz in Schweizer Unternehmen zu erfüllen? Können Sie dafür ein Beispiel nennen?

Sabrina: Die SAP S/4HANA Cloud Public Edition trägt maßgeblich zu Nachhaltigkeit und Effizienz bei. Durch die Nutzung zentralisierter, energieeffizienter Rechenzentren wird der Gesamtenergieverbrauch reduziert. Zudem ermöglichen Echtzeit-Datenanalysen und KI-gestützte Prognosen eine effizientere Nutzung von Ressourcen. Ein Beispiel ist die Optimierung von Lieferketten: Durch datenbasierte Bedarfsprognosen können Unternehmen ihre Lagerbestände optimieren, Transportwege reduzieren und somit CO_2-Emissionen senken.

MAGAZIN: Welche branchenspezifischen Lösungen bietet die SAP Public Cloud für den Schweizer Markt, beispielsweise für die Chemie- und Pharmabranche oder im Dienstleistungssektor?

Sabrina: Die SAP Public Cloud bietet eine Vielzahl branchenspezifischer Lösungen, die auf die Anforderungen von Unternehmen in der Schweiz zugeschnitten sind. Besonders regulierte Branchen, wie die Chemie- und Pharmaindustrie, profitieren von integrierten Funktionen für Compliance, Qualitätsmanagement und Rückverfolgbarkeit. Auch Schweizer Unternehmen aus dem Dienstleistungssektor, der Fertigungsindustrie und weiteren Branchen, wie der Turbolader-Hersteller Accelleron oder der Hersteller für Armaturen und Sanitärlösungen KWC, erhalten mit der Public Cloud maßgeschneiderte Lösungen, die ihre spezifischen Geschäftsprozesse effizient abbilden und optimieren.

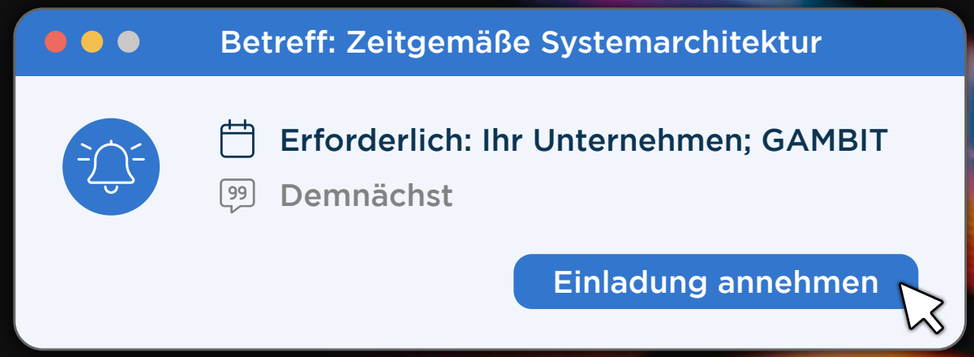
MAGAZIN: Welche Entwicklungen und Innovationen können wir von SAP in den kommenden Jahren im Bereich der Public Cloud erwarten – und wie können sich Unternehmen heute schon am besten darauf vorbereiten?

Sabrina: SAP investiert kontinuierlich in die Weiterentwicklung der Public Cloud, insbesondere in die Integration von Künstlicher Intelligenz, maschinellem Lernen und autonomen Geschäftsprozessen, um Effizienz und Innovation zu fördern. Unternehmen, die frühzeitig ihre Cloud-Strategie definieren und Prozessoptimierungen identifizieren, können sich langfristige Wettbewerbsvorteile sichern. Eine schrittweise Modernisierung der IT-Landschaft, die Nutzung flexibler Erweiterungen und die gezielte Schulung der Mitarbeitenden sind entscheidend, um die Vorteile neuer Technologien optimal zu nutzen und sich zukunftssicher aufzustellen.

MAGAZIN: Vielen Dank für das Gespräch!

Sabrina Storck ist Co-Managing Director bei SAP Schweiz. Die Rolle der Geschäftsführung von SAP Schweiz hat sie im Juli 2023 gemeinsam mit Thomas Schreitmüller übernommen. Sabrina Storck startete ihre Karriere bei SAP bereits 2008 und hat seither verschiedene Funktionen in der Vertriebsregion MEE (Mittel- und Osteuropa), der SAP-Beratungsorganisation und in der globalen Partnerorganisation wahrgenommen. Im Jahr 2021 nahm sie Einsitz in die Geschäftsleitung der SAP Schweiz als Chief Operating Officer. Sabrina Storck absolvierte eine kaufmännische Lehre in Kooperation mit SAP und studierte anschließend Internationale Wirtschaftskommunikation in Stuttgart.

gambit



LERNEN SIE UNS KENNEN!

UND DIE ZUKUNFT IHRES UNTERNEHMENS GLEICH DAZU.

Wenn wir „kennenlernen“ sagen, dann meinen wir das auch. Es geht uns bei dem Termin nicht darum, Sie davon zu überzeugen, wie grandios wir sind.

Wir wollen einen Einblick in Ihr Unternehmen gewinnen – damit wir gemeinsam einschätzen können, wie Ihr Weg zu einer zukunftsfähigen Systemarchitektur aussieht.

Also, wann passt es Ihnen gut?

Buchen Sie jetzt einen 30-minütigen Kennenlerntermin und sprechen Sie mit uns über Ihre Ziele.

„LINKEDIN KÖNNTE DEINE GEHEIMWAFFE WERDEN"

JULE *PETERS*

Jede vierte Person im DACH-Raum hat ihn: einen LinkedIn-Account. Wie man die wachsende Plattform als Arbeitgeber effektiv nutzt, welche Beiträge die meiste Aufmerksamkeit erzeugen und was sie auf LinkedIn selbst nicht mehr sehen möchte – das verrät uns Personal-Branding-Expertin **Jule Peters** von The People Branding Company im Interview.

MAGAZIN: Jule, wer braucht dringender einen LinkedIn-Auftritt: der CEO des Unternehmens oder der ganz normale Mitarbeiter?

Jule: Beide! Für eine erfolgreiche Arbeitgebermarke auf LinkedIn muss mehr als eine Person im Unternehmen aktiv sein. Dabei ist die Position zweitrangig – vom CEO über die Führungskraft bis hin zum Praktikanten kann jeder zur Sichtbarkeit des Unternehmens beitragen. In einer digital vernetzten Welt sind Transparenz und Authentizität das höchste Gut – entscheidend, um sich im wettbewerbsintensiven Markt erfolgreich zu positionieren. Ich kenne natürlich die gängigen Herausforderungen und Einwände gegen einen LinkedIn-Auftritt: „Ich weiß nicht, was ich schreiben soll, mein Alltag ist langweilig." Das empfinden viele so. Aber oft sind genau die Themen, die uns alltäglich erscheinen, für andere spannend. Und genau davon lebt LinkedIn, vom Austausch über Unternehmensgrenzen und Branchen hinaus.

MAGAZIN: Würdest du sagen, es ist in jeder Branche sinnvoll, mit LinkedIn zu starten?

Jule: Wenn ich ehrlich bin, nicht unbedingt. Nahezu jede Branche ist auf LinkedIn vertreten. Die Plattform hat über eine Milliarde Nutzer:innen weltweit, davon über 25 Millionen in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Aber letztlich kommt es auf die Zielgruppe und Zielsetzung an, die du erreichen willst. Je nachdem sind beispielsweise Instagram oder TikTok spannender für deine Branche. Du solltest da aktiv sein, wo sich potenzielle Mitarbeitende und Leads bewegen.

MAGAZIN: Bei deinem Arbeitgeber, The People Branding Company, helft ihr Unternehmen dabei, als Arbeitgeber auf LinkedIn sichtbarer zu werden, zum Beispiel durch sogenannte Corporate-Influencer-Programme. Was macht ein Corporate Influencer genau?

Jule: Im Gegensatz zu klassischen Influencern, wie du sie von TikTok, Instagram und Co. kennst,

treten Corporate Influencer als Markenbotschafter:innen des Unternehmens auf, bei dem sie arbeiten. Sie teilen Erfahrungen und Einblicke in ihren Arbeitsalltag, wobei der Fokus auf ihrem Job oder der Branche liegt – nicht auf der Promotion bestimmter Produkte und Services, wie im klassischen Influencer-Marketing. Als Teil des Unternehmens sprechen sie aus erster Hand über die Unternehmenswerte und die Unternehmenskultur. Corporate Influencing ist keine terminierte Kampagne und sollte immer einer langfristigen Kommunikationsstrategie folgen. Ein einmaliger und eintägiger Workshop reicht hier demnach als Schulung für die Mitarbeitenden nicht aus, da Fragen und Unsicherheiten häufig erst im Umgang mit der Plattform auftreten – sei es beim Verfassen eines Posts, dem Aktualisieren des Profils oder beim Umgang mit kritischen Kommentaren. Genau hier unterstützen und begleiten wir Mitarbeitende auf ihrem Weg zu authentischen Markenbotschafter:innen.

MAGAZIN: Wie kann man sich so ein Corporate-Influencer-Programm vorstellen?

Jule: Wie ein Corporate-Influencer-Programm aufgebaut ist, unterscheidet sich von Unternehmen zu Unternehmen. Je nach Branche und Mitarbeiter gibt es andere Anforderungen und Maßnahmen. Eines ist aber klar: Ein Corporate-Influencer-Programm lässt sich nicht einfach nebenbei auf die Beine stellen. Der Erfolg des Programms und der Corporate Influencer hängt entscheidend davon ab, wie gut du das Programm vorbereitest – und wie konsequent du es umsetzt. Wenn dann noch der CEO aktiv ist und der Unternehmensaccount regelmäßig auf LinkedIn bespielt wird – dann wird LinkedIn zu einer echten Geheimwaffe – denn das sind drei Säulen, die eine holistische, organische Kommunikationsstrategie auf LinkedIn stützen.

MAGAZIN: An welchem Punkt ergibt es Sinn, so ein Programm im eigenen Unternehmen zu starten?

Jule: Es gibt viele Gründe und Auslöser. Ich denke, dass LinkedIn vor allem eine tolle Plattform bietet, beispielsweise für potenzielle Bewerber:innen, das Unternehmen noch vor der eigentlichen Bewerbung kennenzulernen – eben über die Accounts von Mitarbeitenden. Es gibt unglaublich viele Erfolgsgeschichten, die es verdienen, in die Welt getragen zu werden und häufig sprechen die Unternehmen selbst nicht darüber. LinkedIn schafft ein Sprachrohr für genau diese Botschaften. Was dabei aber immer gilt: Wer über seine gute Unternehmenskultur berichten möchte, muss auch eine haben. Ein LinkedIn-Auftritt kann die Realität nicht kaschieren. Es kann nur nach außen getragen werden, was auch wirklich da ist – Kultur, Benefits, und so weiter. Mitarbeitende haben nur dann Interesse daran, Teil eines Corporate-Influencer-Programms zu werden, wenn sie sich mit ihrem Arbeitgeber und dessen Werten identifizieren und ihnen die Arbeit Spaß macht.

MAGAZIN: Was fehlt Unternehmen deiner Erfahrung nach, um bei LinkedIn durchzustarten?

Jule: Ein gewisses Verständnis für Content Creation auf LinkedIn. Die Menschen, die wir trainieren, sind keine Marketing-Manager und auch keine Content Creator. Bedeutet, wir bringen ihnen erstmal bei, wie sie ihre – teils sehr komplexen – Themen auf LinkedIn am besten verpacken und teilen. Wie sieht ein gutes Visual aus? Wie schärft man einen Text? Was macht eine gute Headline aus? Wenn die LinkedIn-Beiträge Reichweite erzielen und positiv bei der Community ankommen, motiviert das natürlich.

MAGAZIN: Wo wir gerade bei Motivation sind: Welche Vorteile bringt ein erfolgreicher LinkedIn-Auftritt nicht nur dem Unternehmen, sondern auch den einzelnen Mitarbeitenden?

Jule: Ich kann da zum Beispiel aus meiner eigenen Erfahrung berichten. Ich werde mittlerweile regelmäßig auf Events auf meinen Content angesprochen. Menschen, die ich manchmal gar nicht kenne, erkennen mich als Teil ihres Netzwerks – ich finde das cool! Ich erhalte Einladungen zu Podcasts oder werde für Workshops gebucht, weil Entscheider:innen mich auf LinkedIn gefunden haben. Für mich hat mein LinkedIn-Auftritt sehr viel in Gang gesetzt und ich erfahre dadurch nochmal eine ganz andere Form der Wertschätzung. Gleichzeitig werde ich als Botschafterin für The People Branding Company wahrgenommen und stärke so unsere Brand.

MAGAZIN: Was würdest du jemandem raten, der mit LinkedIn anfangen möchte?

Jule: Wichtig ist, zu verstehen, wie die Plattform funktioniert. Verbring am Anfang am besten viel Zeit auf LinkedIn und schau dir möglichst viele Beiträge an. Nach einer Weile fragst du dich ganz automatisch: Warum hat dieser Beitrag so viele Likes? Warum kommentieren Leute besonders viel unter diesem Beitrag? Du entwickelst dadurch ein Gespür dafür, was guten LinkedIn-Content ausmacht. Dann ist es Zeit, eigene Beiträge zu verfassen. Ganz wichtig: Du darfst keine Scheu haben, „Fehler“ zu machen oder einen Beitrag zu veröffentlichen, der nicht viral geht. Besonders am Anfang ist vieles „Trial and Error“: Vielleicht performen deine Beiträge am Anfang nicht wie erwartet. Aber daraus kannst du lernen und es besser machen.

MAGAZIN: Wie würdest du thematisch vorgehen: Ist es besser, auf Trends aufzuspringen oder nur die Themen aus dem eigenen Arbeitsalltag aufzugreifen?

Jule: Das kommt ganz auf die eigene Zielsetzung an. Wenn Reichweite dein oberstes Ziel ist, würde ich zu einer Kombination aus beidem raten. Für kurzfristiges, schnelles Wachstum sind Trendthemen der Hit. Remote Work ist zum Beispiel immer noch ein absolutes Trendthema auf LinkedIn. Wenn ich in einem Remote-Set-up arbeite, ergibt es Sinn, darüber auch auf LinkedIn zu posten. Ein Tipp: Es lohnt sich, hin und wieder in die LinkedIn News zu schauen und zu sehen, was dort gerade diskutiert wird. Mit dem Hashtag #LinkedInNews kann man die eigene Sichtweise zu solchen Diskussionen ergänzen – im besten Fall wird der eigene Beitrag dann in den LinkedIn News gefeatured. Aber es ist wichtig, nicht nur auf kurzfristige Reichweite zu setzen, sondern schließlich auf die Themen, die deine Zielgruppe erreichen, auch wenn sie nicht die performantesten sind. Langfristig wirst du so aber vor allem die für dich richtigen Menschen adressieren.

MAGAZIN: Was denkst du, auf welche LinkedIn-Trends sollten wir uns vorbereiten? Was hält die Zukunft im Bereich Personal Branding bereit?

Jule: Wenn wir über Trends in Form von Formaten sprechen, dann lohnt es sich, die LinkedIn-Funktionen im Blick zu behalten. Neue Funktionen werden von LinkedIn gepusht, also mit Reichweite belohnt. Das ist zum Beispiel das Thema Newsletter, aber auch der Videofeed, der Kurzvideos ganz neue Reichweiten verschafft und an die For-You-Page auf TikTok erinnert.

MAGAZIN: Warum wird das Thema Video auf LinkedIn gerade so wichtig?

Jule: Was Videos schaffen, ist eine weitere Form von Nahbarkeit und Authentizität. Der neue Videofeed in der Beta-Version zeigt klar: Videocontent auf LinkedIn wird immer relevanter und Creator, die jetzt darauf setzen, werden mit Reichweite belohnt. Videocontent fordert aber auch einen größeren Zeitinvest als ein Textbeitrag. Zudem fühlt sich nicht jeder wohl, vor der Kamera zu sprechen. Es lohnt sich definitiv, das Format für sich zu testen. Aber langfristig würde ich jedem raten, auf das zu setzen, mit dem er sich am wohlsten fühlt.

MAGAZIN: Und welche bewährten Ratschläge sollte man nicht aus den Augen verlieren?

Jule: Personal Branding ist und bleibt ein Marathon. Es ist wichtig, regelmäßig zu posten und ein Grundrauschen herzustellen. Das geht mit einer Frequenz von zwei bis drei Beiträgen pro Woche.

MAGAZIN: Wie viel Zeit muss man investieren, um auf diese Frequenz zu kommen? Wie schaffe ich es, das in meinen Arbeitsalltag zu integrieren?

Jule: Am Anfang muss man deutlich mehr Zeit einplanen – wie bei allen neuen Unterfangen. Denn zum LinkedIn-Auftritt gehört für mich nicht nur das Schreiben des Contents, sondern auch die Visualkreation, das Veröffentlichen des Beitrages, das Community Management und die generelle Aktivität auf dem LinkedIn-Account. Das Gesamtinvest beläuft sich demnach auf mindestens 4 Stunden pro Woche. Das ist einer der Gründe, warum wir CEOs bei ihrem LinkedIn-Auftritt unterstützen und den Zeitinvest so klein wie möglich halten. Denn sie sind Vollzeit-Geschäftsführer und nicht Vollzeit-Content-Creator.

MAGAZIN: Was bedeutet Community Management in diesem Kontext?

Jule: Community Management bedeutet, dass man aktiv netzwerkt – sowohl auf seinem eigenen Acccount, aber auch darüber hinaus. Das bedeutet: Auf die Kommentare unter den eigenen Beiträgen zu antworten – und das unmittelbar nach Veröffentlichung. Aber auch die Beiträge anderer Accounts zu kommentieren, also dort, wo es thematisch passt. Zudem besteht die Möglichkeit, auf LinkedIn 100 Kontakte pro Woche hinzuzufügen. So kann man sein Netzwerk strategisch erweitern und potenzielle Leads auf sich aufmerksam machen.

MAGAZIN: Macht es einen Unterschied, zu welcher Uhrzeit ich meine Beiträge poste?

Jule: Ja, auf jeden Fall. Ich poste dann, wenn meine Zielgruppe gerade online ist. Die meisten sind in der Regel unter der Woche am besten zu erreichen, wenn sie auf der Arbeit oder gerade auf dem Weg zur Arbeit sind. Wenn du mich nach einer genauen Uhrzeit fragst, dann zwischen 7 und 10 Uhr.

MAGAZIN: Gibt es für dich absolute No-Gos auf LinkedIn? Was kannst du gar nicht mehr sehen?

Jule: Generische Stockfotos – glaubt man kaum, ist aber immer noch weit verbreitet. Zwei Komponenten sind wichtig, um die Aufmerksamkeit eines LinkedIn-Users zu erhaschen: das Visual, das ich dem Beitrag anhänge, und die Headline. Visual und Headline müssen zusammenpassen. Ich kann nicht einfach ein zufälliges und unpersönliches Foto von einem Büro posten und davon ausgehen, dass User stehen bleiben, um meinen Beitrag zu lesen. Es geht um originellen und mehrwertreichen Content – auch in der Gestaltung des Visuals.

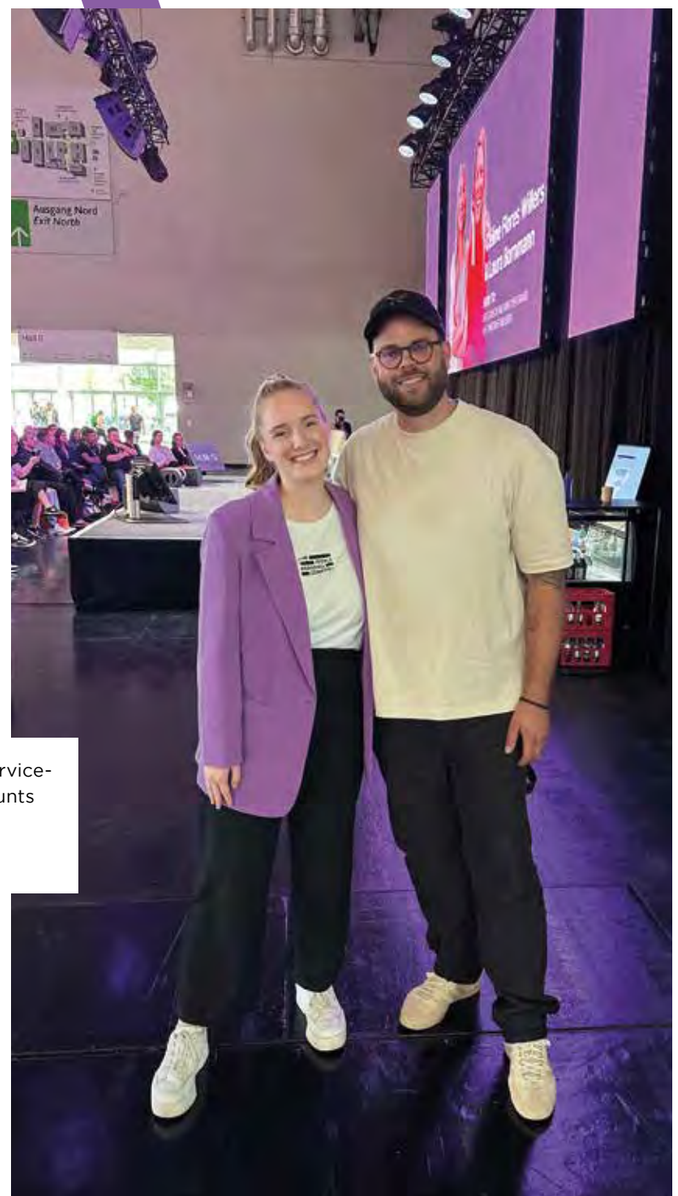
MAGAZIN: Du würdest also immer eher empfehlen, zum Beispiel ein eigenes Foto zu posten, das die Situation verdeutlicht, die im Beitrag beschrieben wird?

Jule: Genau, ein Visual, das thematisch zum Beitrag passt. Das kann ein Selfie sein, eine Collage, eine selbst designte Grafik mit Daten, eine Statistik aus der Zeitschrift – ganz egal, solange sie thematisch mit dem Text korrespondiert. Was ist der Effekt? Der Beitrag wird eben mit einem Visual größer im Feed angezeigt und erhält somit mehr Sichtbarkeit.

MAGAZIN: Danke für das Gespräch!

The People Branding Company ist die führende deutsche Full-Service-LinkedIn-Beratung. Das Team betreut über 50 Großkunden-Accounts (darunter renommierte Unternehmen wie SAP, Beiersdorf und MANN&HUMMEL) und mehr als 30 CEO-Accounts auf dem Weg zu relevanter, digitaler Sichtbarkeit.

Als Senior Content Creator und Project Managerin bei The People Branding Company verhilft **Jule Peters** Unternehmen zu mehr Sichtbarkeit auf LinkedIn. Eines ihrer Spezialgebiete ist die strategische Betreuung und Beratung von CEOs auf der Social-Media-Plattform. Von der Marketing-Fachzeitschrift W&V wurde Jule im November 2024 als eines der wichtigsten Talente unter 33 ausgezeichnet.



DIE MOLEKÜLE ZUM TANZEN BRINGEN

LUKAS *FEDERER*

Eine klimaneutrale Wirtschaft braucht genug saubere und günstige Energie. Strom spielt dabei die Hauptrolle. Doch auch erneuerbare Moleküle wie Wasserstoff sind ein wichtiges Puzzleteil. Das bietet der Schweiz neue Chancen, schreibt **Lukas Federer** von economiesuisse in seinem Gastbeitrag.

Lukas Federer ist Mitglied der erweiterten Geschäftsleitung des Schweizer Wirtschaftsdachverbands economiesuisse. Er beschäftigt sich seit rund zehn Jahren mit aktuellen Fragen der Energie-, Klima- und Standortpolitik. Der Ökonom und Historiker lebt in Basel.

Die Welt hat ein Ziel vor Augen: Ab 2050 soll die Menschheit nicht mehr Treibhausgase ausstoßen, als sie langfristig binden kann. Der Weg zu diesem Ziel ist eine tiefgreifende und äußerst herausfordernde Transformation unserer Energieproduktion und des Energieverbrauchs. Informationstechnologie spielt auf diesem Weg eine Schlüsselrolle, denn es braucht Intelligenz und Effizienz, um die Transformation zu meistern. Daten ermöglichen gezieltes Handeln, doch sie müssen generiert, verarbeitet und gespeichert werden können. Hierfür braucht es wiederum: Energie. Sauber, günstig und vor allem viel davon.

Energie ist der Dreh- und Angelpunkt für die Digitalisierung und Dekarbonisierung. Strom ist dabei der Leitstern. Die Abkehr von fossilen Brennstoffen bei Mobilität, Gebäude oder Industrie bedeutet eine flächendeckende Elektrifizierung. Und auch IKT benötigt Strom. Der Energieverbrauch und die CO_2-Emissionen der Schweiz werden in den nächsten Jahrzehnten weiter sinken – trotz wachsender Wirtschaft. Doch der Stromverbrauch wird zunehmen. Schätzungen gehen davon aus, dass unser Land die Stromproduktion bis 2050 etwa verdoppeln muss, um den wachsenden Bedarf zu decken.

Wo Strom an Grenzen stößt

Treibt man einen Motor mit Strom an, bleibt wenig Energie ungenutzt – der Wirkungsgrad ist hoch. Das ist ein enormer Vorteil, beispielsweise im Vergleich zu Verbrennungsprozessen, die viel Abwärme erzeugen. Doch es gibt Bereiche, wo Strom als Energieträger an Grenzen stößt: Hochtemperaturprozesse in der Industrie zum Beispiel. Würde man einen Zementofen mit Strom auf 1.000 bis 2.000 Grad erhitzen, wäre dies sehr ineffizient, teuer und unzuverlässig. Fossile Brennstoffe haben hier bessere Eigenschaften, sie erreichen die notwendigen Temperaturen einfacher und konstanter.

Um dennoch CO_2-Emissionen reduzieren zu können, braucht es hier folglich erneuerbare Alternativen mit ähnlichen Eigenschaften. Und da kommt Wasserstoff ins Spiel. Wasserstoff ist das häufigste Element im Universum. Und es ist ein hervorragender erneuerbarer Energieträger. Mit einem Brennwert von 39 kWh/kg schneidet Wasserstoff deutlich besser ab als beispielsweise Erdgas mit 8 bis 11 kWh/kg.

Diese hohe Energiedichte ist auch nützlich, da Wasserstoff grundsätzlich sehr lange gespeichert werden kann – eine weitere Parallele zu den Fossilen. Batterien können zwar deutlich höhere Energiedichten erreichen. Doch die Verluste über längere Speicherzeiten machen sie beispielsweise für die saisonale Stromspeicherung unpraktisch. Last but not least lässt sich Wasserstoff unter den richtigen Bedingungen umweltfreundlich herstellen und verbrennen. Mittels Elektrolyse entsteht aus erneuerbarem Strom und Wasser H_2 und Sauerstoff und bei der Verbrennung wiederum Wasser. Ein geschlossener Kreislauf.

Wasserstoff: Das perfekte Puzzleteil

All diese Eigenschaften machen Wasserstoff zu einem idealen Puzzleteil in einer erneuerbaren Energiewelt. Das Molekül ergänzt Strom dort, wo dies technisch und wirtschaftlich sinnvoll ist, und trägt so zu einer höheren Versorgungssicherheit bei. Diese Sichtweise ist weit verbreitet. So geht die internationale Energieagentur IEA davon aus, dass sich die globale Wasserstoffnachfrage bis 2050 mehr als vervierfacht. Beschränkt sie sich heute auf Anwendungen mit H_2 als industriellem Rohstoff, wird demnach künftig in der Mobilität, Industrie und Stromerzeugung viel Wasserstoff eingesetzt.

Auch die EU glaubt an dieses Potenzial. Sie möchte bereits bis 2030 die Infrastrukturen und Voraussetzungen schaffen, um jedes Jahr 10 Millionen Tonnen „grünen“ Wasserstoff herzustellen. Daneben soll die gleiche Menge aus Drittstaaten mit großen Produktionsanlagen importiert werden. Ein „European Hydrogen Backbone“ soll als Verteilnetz dafür sorgen, dass die Energie ihren Bestimmungsort erreicht.

Zugegeben, die Pläne klingen hochtrabend. Und sie sind es vielleicht auch. Dreistellige Milliarden-Investitionen sind rund um Wasserstoff global angekündigt. Realisiert ist bisher noch wenig. Das zeigt vor allem: Die Skalierung ist eine enorme Herausforderung. Der Aufbau einer Wasserstoffproduktion, -logistik und -verwendung ist ein Generationenprojekt, bei dem zwar bestehende Voraussetzungen wie das Gasnetz genutzt werden können. Vieles ist aber Neuland. Doch wer nichts wagt, gewinnt auch nichts.

Zu gewinnen gibt es einen Beitrag an die Versorgungssicherheit und ein weiteres Werkzeug für die Wirtschaft auf dem Weg zu Netto-Null 2050. Aktuelle Studien zeigen, dass rund drei Viertel der Energienachfrage in der Schweizer Industrie wohl aus technischer Sicht elektrifizierbar sind.

Die Chancen und nächsten Schritte

Die Industrie ist bereits ein Vorreiter-Sektor, der im Vergleich zu 1990 die Emissionen bereits um 40 Prozent senken konnte. Im gleichen Zeitraum hat er die Wertschöpfung etwa verdoppelt. Um diesen Weg weitergehen zu können, braucht es deshalb langfristig Wasserstoff als Ergänzung zur Elektrizität. Auch für die saisonale Stromspeicherung gibt es Chancen. Die Schweiz ist ein Alpenland mit dunklen und kalten Wintern, in denen sie in der Regel auf Stromimporte angewiesen ist. Wasserstoff kann eine erneuerbare Alternative bieten, um Engpässe inländisch zu decken.

Letztlich entstehen auch Chancen in der Mobilität: Batteriebetriebene PKW und LKW sind hier die Zukunft. Doch es gibt auch Nischen, wo Wasserstoffantriebe Sinn ergeben, besonders bei schwerem Gefährt und langen Distanzen. Diese Diversifikationsmöglichkeit sollte genutzt werden.

Wie gestaltet sich der Weg vorwärts für die Schweiz? Der Bundesrat hat Ende Dezember seine lange erwartete „Wasserstoffstrategie“ präsentiert. Darin skizziert er, was es braucht, damit die Wasserstoffwirtschaft in der Schweiz ankommt. Ab 2025 wird ein Herkunftsnachweissystem für erneuerbare und emissionsarme flüssige und gasförmige Brenn- und Treibstoffe sowie für Wasserstoff (HKN-System) aufgebaut werden. Das klingt technisch und unspektakulär, ist aber die Basis für die Handelbarkeit dieser Stoffe. Und für Transparenz über die Qualität. Bis 2035 soll der Anschluss an das Europäische Verteilnetz sichergestellt und die Versorgung durch internationale Partnerschaften gewährleistet werden. Die Schweiz ist im Herzen von Europa und verfügt über eine Transit-Gasleitung zwischen Italien und Deutschland. Diese Faktoren machen sie zur idealen Drehscheibe.

Wie es auch immer kommt, es ist klar, dass der Weg zur Wasserstoffwirtschaft nicht gradlinig sein wird. Die Moleküle beflügeln Fantasien und manchmal auch Illusionen. Ihr realistisches Potenzial wird sich in den nächsten Jahren beweisen müssen. Dazu braucht es Pragmatismus und ein schrittweises, gemeinsames Vorgehen von Politik und Wirtschaft.

economiesuisse ist der politische Dachverband der Schweizer Wirtschaft. Er bündelt die Interessen von rund 100 Branchenverbänden, 20 Handelskammern und zahlreichen Einzelunternehmen. Insgesamt vertritt economiesuisse etwa 100.000 Schweizer Firmen mit etwa zwei Millionen Beschäftigen im Inland. Der Verband setzt sich für einen wettbewerbsfähigen, innovativen und nachhaltigen Standort Schweiz ein.

gambit

DIE REISE PLANEN?

NEE, ICH STEIGE EINFACH INS NÄCHSTBESTE FLUGZEUG UND SCHAUE MAL, WO ICH LANDE.

Überlassen Sie Ihre Reise nach SAP S/4HANA lieber nicht dem Zufall. Erreichen Sie Ihre gesteckten Ziele und starten Sie mit unserer Roadmap!

Setzen auch Sie jetzt auf unser strukturiertes und bewährtes Vorgehensmodell und legen Sie die Basis für Ihre Implementierung.

Buchen Sie jetzt einen 30-minütigen Kennenlerntermin und sprechen Sie mit uns über Ihre Ziele.

SHORT *FACTS*

#1 „Mir ist aufgefallen, dass selbst die, die glauben, alles sei vorherbestimmt, nach links und rechts schauen, bevor sie die Straße überqueren.“

Stephen Hawking, Einsteins Traum.
Expeditionen an die Grenzen der Raumzeit

#2 Bessere Entscheidungen durch mehr Teamvielfalt?

Teams, die ein höheres Maß an Vielfalt und Inklusion aufweisen, treffen zu 87 Prozent bessere Entscheidungen als nicht-inklusive Teams. Das ist das Ergebnis einer Studie von Forbes. Wie die Autor:innen schreiben, treffen die inklusiven Teams Entscheidungen doppelt so schnell und brauchen dafür nur die Hälfte der Meetings. Außerdem führen die Entscheidungen von diversen Teams laut Studie zu 60 Prozent besseren Ergebnissen.

https://www.forbes.com/sites/eriklarson/2017/09/21/new-research-diversity-inclusion-better-decision-making-at-work/?sh=5f8e2c4e4cbf

#3 Finanzspritze für Apple von Microsoft

1997 stand Apple kurz vor der Insolvenz. Was das Unternehmen damals gerettet hat: Microsoft-CEO Bill Gates schloss ein Kooperationsabkommen mit Apple, investierte 150 Millionen US-Dollar und gab seinem größten Konkurrenten so eine riesige Chance. Aber auch Microsoft profitierte von diesem Investment: „Alle paar Jahre haben wir die Möglichkeit, etwas für Mac-Computer zu entwickeln und das rechnet sich für uns“, so Bill Gates.

https://www.cnbc.com/2017/08/29/steve-jobs-and-bill-gates-what-happened-when-microsoft-saved-apple.html

#4 „Immer versucht. Immer gescheitert. Egal. Versuch es nochmal. Scheitere erneut. Scheitere besser …“

Samuel Beckett,
irischer Schriftsteller

#5 Deutschland bei der Chancengleichheit in der EU auf Rang 8

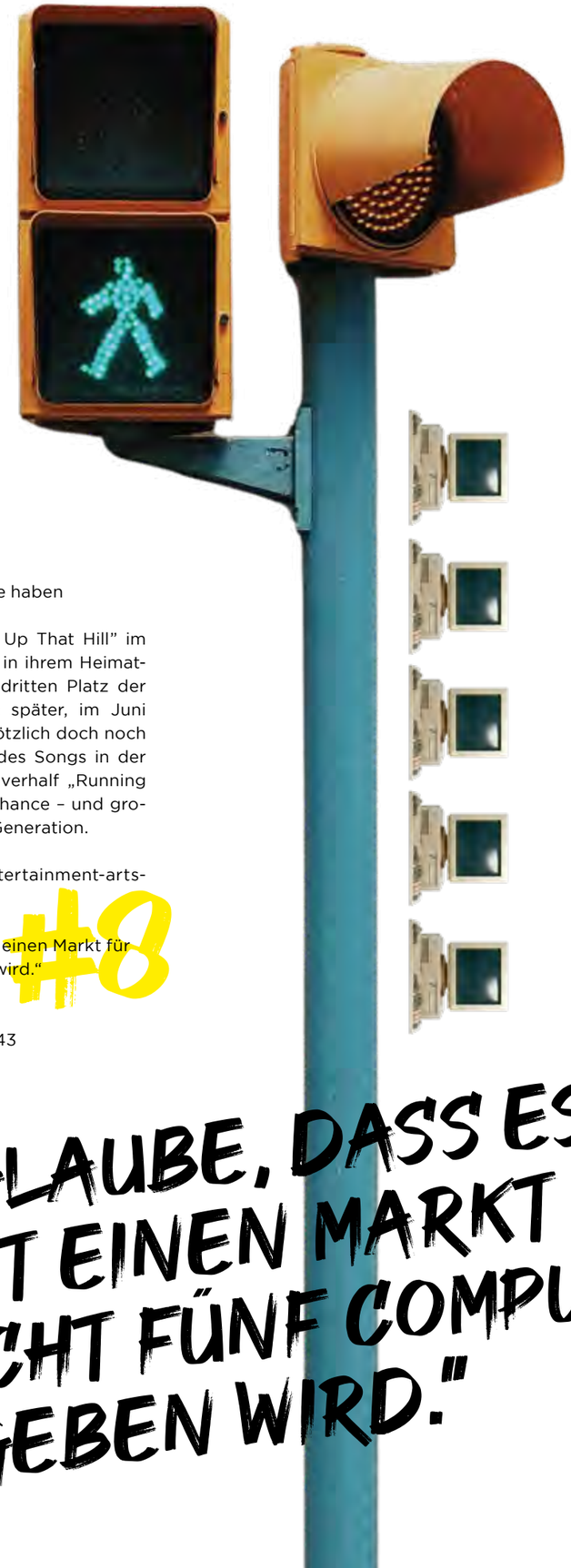
Was die Gleichberechtigung der Geschlechter am Arbeitsplatz angeht, liegt Deutschland im EU-Vergleich laut einer Studie des European Institute of Gender Equality aktuell auf dem achten Platz. Spitzenreiter sind Schweden, Dänemark und Malta. Für die Studie untersucht und bewertet das Institut in der Kernkategorie „Arbeit“ insgesamt fünf Indikatoren – von der Erwerbsbeteiligung anhand der Beschäftigungsquote bis zur Flexibilität der Arbeitszeit anhand der Möglichkeiten, sich für persönliche oder familiäre Angelegenheiten freizunehmen.

https://de.statista.com/statistik/daten/studie/763408/umfrage/gender-equality-index-der-eu-laender-kategorie-arbeit/

#6 Ford und der Misserfolg

Henry Ford gilt heute als einer der größten Entrepreneure der Geschichte – nicht zuletzt als der Erfinder des ersten flexiblen Fließbands. Doch bevor er mit der Ford Motor Company erfolgreich wurde, scheiterten seine zwei vorherigen Unternehmen: die Detroit Automobile Company und die Henry Ford Company. Erst die „dritte Chance“ markierte für Ford den Durchbruch: Das Ford-Auto „Model T“ kam 1908 auf den Markt. Und machte bereits zehn Jahre später die Hälfte aller Autos in den USA aus.

https://web.archive.org/web/20120829193220/http://hfha.org/HenryFord.htm



#7 Gut Ding will manchmal Weile haben

Als Kate Bushs Song „Running Up That Hill” im Jahr 1985 erschien, erreichte er in ihrem Heimatland Großbritannien „nur“ den dritten Platz der Single-Charts. Ganze 37 Jahre später, im Juni 2022, landete der Song dann plötzlich doch noch an der Spitze: Das Erscheinen des Songs in der Netflix-Serie „Stranger Things“ verhalf „Running Up That Hill“ zu einer zweiten Chance – und großer Beliebtheit bei einer neuen Generation.

https://www.bbc.com/news/entertainment-arts-61843442

#8 „Ich glaube, dass es weltweit einen Markt für vielleicht fünf Computer geben wird.“

Thomas J. Watson,
ehemaliger IBM-Chef im Jahr 1943

„ICH GLAUBE, DASS ES WELTWEIT EINEN MARKT FÜR VIELLEICHT FÜNF COMPUTER GEBEN WIRD.“

30 JAHRE *GAMBIT*

1995 Die Geschichte von GAMBIT Consulting beginnt am 1. April als Ausgründung der Firma HT Troplast in Troisdorf. Das Team der Gründer umfasst zehn Personen, darunter der heutige Geschäftsführer Thomas Pasquale.

2000 GAMBIT zieht von Troisdorf nach Siegburg. Das Rechenzentrum mit einem 1.000-Gigabyte-Großrechner verbleibt in Troisdorf.

2001 Das wachsende GAMBIT-Team umfasst bereits 50 Mitarbeitende.

2013 GAMBIT wächst weiter – und zieht in ein hochmodernes Gebäude in Troisdorf-Spich, das 2017 um einen Anbau erweitert wird. Im selben Jahr wird GAMBIT zum ersten Mal als SAP Gold Partner ausgezeichnet.

2014 GAMBIT gründet eine Niederlassung in der Schweiz.

2015 Geschäftsführer und Mitgründer Rolf Mehling scheidet nach 20 Jahren aus dem Unternehmen aus. Neuer Geschäftsführer wird Michael Ratte, der bereits seit 2001 im Unternehmen beschäftigt ist.

2016 GAMBIT implementiert SAP S/4HANA im eigenen Unternehmen – und gehört damit zu den Vorreitern.

2021 Andreas Heinz übernimmt die Geschäftsführung von GAMBIT in der Schweiz.

2023 Das Schweizer Team zieht von Hünenberg nach Risch-Rotkreuz. GAMBIT wechselt in die SAP S/4HANA Public Cloud – und ist damit erneut Early Mover.

2024 Mario Baldi wird Teil der Geschäftsführung. GAMBIT gründet neue Standorte in der Türkei und Österreich.

2025 GAMBIT feiert 30-jähriges Jubiläum.

DER BLICK DURCH DIE STRATEGIE-BRILLE

Viele Unternehmen im Retail haben die Umstellung auf SAP S/4HANA noch vor sich. Angesichts häufig sehr komplexer und heterogener Systemlandschaften ist der Wechsel keine leichte Aufgabe. Ein Gespräch mit SAP- und Handelsexperte **Sebastian Schmitz** über die Anforderungen des Handels, die Fitness von Unternehmen – und die Kunst, den Überblick zu behalten.

SEBASTIAN *SCHMITZ*

MAGAZIN: Wie haben sich deiner Meinung nach die Anforderungen und Herausforderungen im Handel in den letzten Jahren verändert, und welche Trends siehst du aktuell als besonders richtungsweisend?

Sebastian: Zunächst mal ist Handel ja nicht gleich Handel. Wir sprechen hier von einer sehr diversen Branche, die sich in Bereiche wie Einzelhandel, Großhandel oder auch Einkaufsverbundgruppen aufteilt. Die Herausforderungen sind daher im Einzelnen sicher etwas unterschiedlich. Zudem ist auch kein Handelsunternehmen genau wie ein anderes. Allerdings gibt es Trends, die für alle gelten und mit denen sich die meisten Unternehmen gerade intensiv beschäftigen: die Digitalisierung als das Top-Thema, aber zum Beispiel auch das sich verändernde Einkaufsverhalten, das Verhältnis von Kunden zu Unternehmen oder moderne Omni-Channel-Strategien.

MAGAZIN: Du hast das Stichwort Digitalisierung genannt. Welche Entwicklungen beobachtest du, wenn du die Trends und Herausforderungen des Handels aus der Sicht eines im Handel erfahrenen SAP-Beraters betrachtest?

Sebastian: Die Unternehmen, mit denen ich zu tun habe, sind häufig sehr groß und sehr breit aufgestellt. Vor kurzem zum Beispiel hatte ich mit einem Einzelhandelskonzern zu tun, eine Gruppe mit tausenden Filialen in weit über 20 Ländern in Europa. Die sprechen mit uns, weil sie ihre weit verteilten und verschiedenen Non-SAP- und SAP-Systeme harmonisieren und ihre diversen Add-ons zukunftssicher integrieren wollen, damit auch zukünftig alles rund läuft. Das ist für die meisten Unternehmen gerade das maßgebliche Thema!

MAGAZIN: Verbunden mit dem Wechsel nach SAP S/4HANA und in die Cloud?

Sebastian: Das ist oft der Auslöser. Die Systemlandschaften von Handelsunternehmen sind meist extrem heterogen – zum Beispiel durch Eigenlösungen, durch Add-ons für die Bedarfsplanung oder für Analytics und durch Zukäufe in verschiedenen Ländern. Das führt dann nicht selten dazu, dass die Unternehmen in einem Land mit SAP und in einem anderen Land mit einem ERP-System des Wettbewerbs arbeiten. Die Unternehmen nutzen zudem oft maßgeschneiderte SAP-Systeme. Und haben individuelle Lösungen für alle möglichen Themen im Einsatz. Der Wechsel nach SAP S/4HANA führt dann zum Wunsch, zu harmonisierten Systemen und Prozessen zu kommen und die gesamte IT-Landschaft in die Moderne zu heben – und zwar am besten direkt in die Cloud!

MAGAZIN: Sicher keine leichte Aufgabe, oder?

Sebastian: Absolut nicht. Umso wichtiger ist es aus meiner Sicht, dass die Unternehmen mit einem Partner arbeiten, der die spezifischen Herausforderungen des Handels kennt, der aber zugleich den Gesamtkosmos überblicken und bewerten kann. Es geht den Unternehmen im Handel darum, dass ihr SAP-Partner Knowledge beim Thema SAP S/4HANA mitbringt und sich zugleich mit komplexen SAP-Umgebungen und Cloud Deployments auskennt. Wir sind bei GAMBIT sicher nicht die Experten für irgendwelche speziellen Kassenlösungen oder für Add-ons für E-Commerce. Was wir aber besser als viele andere können, ist: Wir führen die Kunden durch die komplette Landschaft und bewerten Betriebsmodelle, die Chancen mit dem SAP-Standard oder die Frage, wie sich vorhandene Lösungen vernünftig integrieren lassen.

MAGAZIN: Haben die Unternehmen oft noch einen hohen Informationsbedarf zu einzelnen SAP-Lösungen oder womit seid ihr hier konfrontiert?

Sebastian: Manche Unternehmen sind schon sehr gut vorbereitet. Ich hatte neulich einen Kunden, der sich bereits für eine Greenfield-Implementierung entschieden hatte. Die Expert:innen dort wussten schon, dass sie die SAP Best Practices nutzen und standardisieren wollen. Die hatten vieles bereits genau untersucht und haben eine komplette Übersicht über alle eingesetzten Lösungen vorgelegt: von diversen SAP-Lösungen wie SAP ECCS oder Commerce Cloud bis zu unzähligen Non-SAP-Lösungen wie RELEX für die Dispositionsplanung, Periscope für das Pricing oder Eigenentwicklungen für den Einkaufsprozess oder Analytics.

MAGAZIN: Aber die Entscheidung über den richtigen Weg stand noch aus?

Sebastian: Ja. Das Unternehmen hat sich daher ein halbes Jahr Zeit genommen, um zu evaluieren, welcher Greenfield-Weg denn nun tatsächlich der beste Weg ist oder welche Deployment-Option und welches Lizenzmodell in Frage kommt –

also Private oder Public Cloud und die Frage nach RISE with SAP. Auch die neuen SAP-Lösungen wie Group Reporting oder SAP BTP kamen auf den Prüfstand, um zu schauen, welche Anwendungen sich gegebenenfalls ablösen oder ersetzen lassen. Insgesamt ging es in diesem Fall für uns darum, den Gesamtkontext zu erfassen und eine fundierte Entscheidungsgrundlage zu erarbeiten.

MAGAZIN: GAMBIT übernimmt hier im Grunde eine Lotsenfunktion?

Sebastian: Das könnte man so sagen. Diese vielen, vielen Fragen innerhalb eines Roadmap-Programms ganzheitlich aus einer hohen Flughöhe zu diskutieren und zur Entscheidung zu bringen – hier verfügen wir über viel Erfahrung. Aber natürlich setzen wir auch die Implementierung um und betreuen Unternehmen im Service und Support, wenn sich Kunden für eine Zusammenarbeit entscheiden.

MAGAZIN: Und das aber immer mit einem strategischen Fokus?

Sebastian: Richtig. Wir schauen nicht nur mit der Technologie-Brille auf die Anforderungen der Kunden, sondern auch mit der Strategie-Brille. Und das ist genau das, was viele Unternehmen im Handel wollen: Strategic Consulting und SAP-Expertise!

MAGAZIN: Wenn es um die Integration von Systemen geht, ist doch SAP Central Finance auch häufig ein Thema, oder?

Sebastian: Viele Handelsunternehmen fangen in puncto Harmonisierung mit dem Finance-Bereich an, insofern ist das sicher eine Lösung, die sich anbietet. Schließlich lassen sich mit SAP Central Finance verteilte Systemlandschaften aus SAP- und Non-SAP-Systemen zentralisieren, ohne dass dafür ein Re-Design der bestehenden ERP-Landschaften notwendig wäre. In einem zweiten Schritt kann man dann die Logistik angehen und schauen, wie man die Warenwirtschaft modernisiert.

MAGAZIN: Wobei wir wieder beim Thema Gesamtkontext wären.

Sebastian: Das stimmt. Klar, es geht im Handel um Themen wie KI oder Omni-Channel oder In-Store Delivery. In den meisten Unternehmen – ich wiederhole mich hier – geht es derzeit aber eben noch um weit mehr, nämlich um die Frage: Wie schaffen wir eine harmonisierte ERP-Landschaft mit modernen Prozessen, mit der wir wirklich zukunftsfähig aufgestellt sind? Was diese Unternehmen wollen, ist ihre Komplexität zu reduzieren und schneller, flexibler und effizienter zu werden!

MAGAZIN: Es geht also im mehr Beweglichkeit, Schnelligkeit und Ausdauer – also im Grunde um mehr Fitness! Damit kennst du dich als Triathlet ja auch privat hervorragend aus.

Sebastian: Ja, da gibt es Parallelen, das stimmt. Wer an die Spitze kommen oder vorne bleiben will, der muss etwas dafür tun. Der muss dafür sorgen, dass er leistungsfähig ist. Und zwar dauerhaft. Das gilt im Sport – und im Business! Wenn es um SAP geht, kommt GAMBIT ins Spiel, weil wir diejenigen sind, die das Wissen und die Erfahrung haben, die komplexen Retail-Landschaften von Unternehmen zu bewerten und zu transformieren. Um im Bild zu bleiben: Wir erfassen das Fitnesslevel und zeigen unseren Kunden einen Plan auf, wie sie fitter werden und leistungsfähig bleiben! Im Prinzip klassisches Coaching – denn wir wollen, dass der Athlet auch autark trainieren und lernen kann.

MAGAZIN: Kannst du noch ein Beispiel aus der Praxis dafür nennen, wie eine solche Bewertung des Gesamtkontextes konkret aussieht?

Sebastian: Wichtig ist uns zum einen natürlich, dass die Ergebnisse valide und belastbar sind. Zum anderen geht es aber auch um Klarheit und Verständlichkeit. Wir setzen daher zum Beispiel immer auf klar aufbereitete Informationen. Bei einem der größten deutschen Handelsunternehmen gab es vor einiger Zeit am Ende unserer Roadmap-Untersuchung eine Abschlusspräsentation. Das Entscheidende haben wir auf wenigen Folien zusammengestellt: eine einfache Bewertung der einzelnen Top-Themen, so dass für jedes Szenario auf einen Blick klar wurde, was das jeweils kostet und welche Schritte und Lösungen wir empfehlen. Private Cloud hier. Greenfield da. Brownfield dort. Das fanden die ziemlich geil, wenn ich das so sagen darf!

MAGAZIN: Danke für das Gespräch!

Sebastian Schmitz ist Head of Business Unit Retail, Wholesale & Consumer Products bei GAMBIT. Der Handelsexperte und erfahrene SAP-Projektmanager hat in den letzten 15 Jahren sowohl in zahlreichen IT-Projekten im Handel mitgewirkt als auch die Projektleitung übernommen, unter anderem für Unternehmen wie REWE und die Schwarz-Gruppe.

GAMBIT *SPLITTER*

GAMBIT spendet 2.800 Euro an Kinderkrankenhaus Köln

Unter dem Motto #gambitbewegt haben die Mitarbeitenden der GAMBIT im vergangenen September versucht, möglichst viele Kilometer mit dem Fahrrad zurückzulegen. Damit sammelten die Mitarbeitenden Geld für einen guten Zweck: Für jeden Fahrradkilometer landeten 50 Cent im Spendentopf. Als Teil der Aktion begab GAMBIT-Mitarbeiter Sebastian Schmitz sich zudem auf eine ganz besondere Radtour. In nur zwei Tagen radelte er vom Schweizer Büro der GAMBIT zum deutschen Standort in Troisdorf – eine Strecke von über 600 Kilometern. Letztlich gingen 2.800 Euro an den Förderverein des Kinderkrankenhauses Köln, die der Vorsitzende Gerd Thomas Gemein dankend entgegennahm.

Auf diesen Messen können Sie uns 2025 treffen

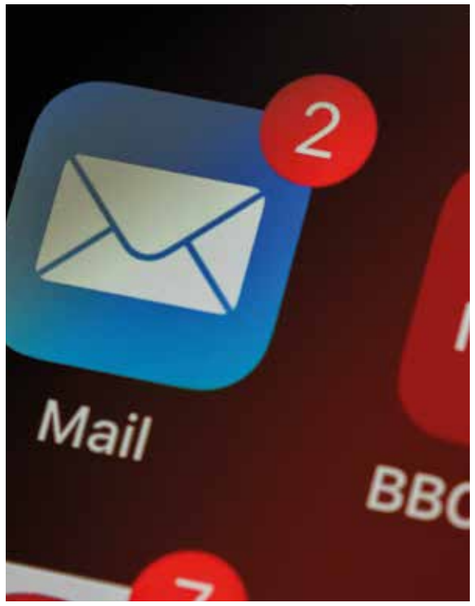
In den kommenden Monaten ist GAMBIT auf verschiedenen Messen in Deutschland, Österreich und der Schweiz vertreten. Mit uns ins Gespräch kommen können Sie uns unter anderem auf dem DSAG-Jahreskongress in Bremen, auf der LogiMAT in Stuttgart, sowie auf der SAP NOW in Zürich und Wien. Unsere Event-Seite aktualisieren wir regelmäßig mit allen bevorstehenden Events und Messe-Auftritten von GAMBIT: https://www.gambit.de/sap-events-uebersicht/

GAMBIT erneut als kununu Top Company ausgezeichnet

Die Online-Plattform kununu, auf der Mitarbeitende ihre Arbeitgeber bewerten können, hat GAMBIT als Top Company 2025 ausgezeichnet. Damit gehört GAMBIT zu den besten fünf Prozent aller Unternehmen auf kununu. Wir dürfen uns nicht zum ersten Mal über diesen Award freuen, der auf den unabhängigen Bewertungen von Mitarbeitenden basiert, sondern haben die begehrte Auszeichnung in den letzten Jahren bereits mehrfach erhalten.

Neuer Newsletter für Schweizer Unternehmen

Seit Dezember verschickt GAMBIT einen neuen Newsletter, der sich an SAP-Interessent:innen aus der Schweiz richtet. Einmal im Monat sammeln wir darin Neuigkeiten aus der Schweizer SAP- und IT-Community und heben Artikel und Events hervor, mit denen Abonnent:innen ihr Wissen rund um SAP vertiefen können. Hier können Sie den Newsletter abonnieren: https://www.gambit-consulting.ch/newsletter/



NADINE *BURGHARDT*

"SCHAUT, WELCHEN NUTZEN DIE CLOUD BEREITS HAT!"

Die SAP-Welt verändert sich massiv – in die Cloud und mit Blick auf KI. Ein Gespräch mit GAMBIT-Beraterin **Nadine Burghardt** über die Möglichkeiten mit der SAP S/4HANA Public Cloud, RISE with SAP, Lizenzen und das SAP Cloud Application Lifecycle Management.

MAGAZIN: Du bist Head of SAP Technologies, SAP Security + Lifecycle Services bei GAMBIT und seit bereits mehr als 15 Jahren im SAP-Business tätig. Was begeistert dich aktuell an SAP und den SAP-Lösungen?

Nadine: Aktuell erleben wir einen enormen technologischen und strategischen Wandel. Das finde ich klasse. Früher war ein SAP-ERP-System eine geschlossene Welt. Aber das ändert sich seit einigen Jahren. Das System und die ganze Architektur werden offener. Dadurch öffnet sich SAP auch für einen anderen Kreis an Developern, die andere Programmiersprachen als nur die SAP-Sprache ABAP können. Mit JavaScript zum Beispiel lassen sich heute coole Sachen machen, die vorher nicht möglich waren. Auch der Durchbruch von KI ist so ein Thema, wo man merkt: Hier eröffnen sich gerade ganz neue Möglichkeiten mit SAP. Diese Innovationen und Themen sind toll – und für mich hochspannend!

MAGAZIN: Der Wandel wird ja auch sichtbar durch den Wechsel der alten Oberfläche zur neuen: von SAP GUI zu SAP Fiori?

Nadine: Richtig, das ist schon optisch eine ganz neue Welt. Aber hinter Fiori liegen eben auch die moderneren Techniken und Zugriffstechniken. Das System ist so auch viel performanter. Als Software-Architekt und Developer macht das enorm viel Spaß, wenn man die neuen und modernen Architekturen nach den SAP-Guidelines heute mal zu Ende kartografieren kann und dabei nicht nur auf sein SAP-System schaut, sondern alle Umfeldsysteme in den Blick nimmt – und das Zusammenspiel dieser Systeme konzipieren und optimieren kann!

MAGAZIN: Der Megatrend in Richtung Cloud ist eine weitere enorme Veränderung im Bereich SAP. Wie bewertest du die derzeit höchste Evolutionsstufe, die Public Cloud? Und wie unterscheidet sie sich von der Private Cloud?

Nadine: Eine der zentralen Fragen für mich ist immer: Muss ich die Lösungen, die ich im Moment mit meinem ERP-System im Unternehmen nutze, zwingend auch unter SAP S/4HANA weiterbetreiben? Wenn die Antwort ja lautet, dann wäre ich bei der Private Cloud. Da habe ich als Unternehmen wie früher meine eigene Welt. Wenn ich mich aber von der Komplexität und der Vergangenheit lösen und vor allem nach vorne schauen will, wenn ich effektivere, schlankere Prozesse aufbauen und nutzen möchte, dann kann und sollte die Entscheidung eher für die Public Cloud Edition fallen. Klar ist: Die Public Cloud ist hochstandardisiert und die Möglichkeiten zur Anpassung sind begrenzt. Ich muss also nehmen, was ich kriege. Wobei sich „muss" nur nach Begrenzung anhört. Der Standard ist ja in erster Linie eine riesige Chance – und eröffnet neue Möglichkeiten!

MAGAZIN: Reicht die SAP Public Cloud denn für die Anforderungen von Unternehmen aus? Oder anders gefragt: Können die meisten Unternehmen schon heute wechseln?

Nadine: Definitiv! Man muss sich seine Anwendungsfälle genau anschauen, konsequent vom Standard ausgehen und die Vergangenheit beiseitelassen. Dann ist ein Umstieg in die Public Cloud für die meisten Unternehmen aber meist möglich, ja! Wem der Umstieg in den Standard gelingt, der profitiert auf lange Sicht, weil die Systeme wartbarer und schlanker bleiben.

MAGAZIN: Habe ich als Unternehmen überhaupt Möglichkeiten, eigene Entwicklungen mitzunehmen oder die SAP S/4HANA Public Cloud anzupassen an die eigenen Anforderungen?

Nadine: Ja, es gibt auf jeden Fall Möglichkeiten, wenn auch nicht galaktisch viele. Man muss sich das von Fall zu Fall anschauen, um was für eine Entwicklung es sich handelt und ob die nicht schon durch einen Standard abgelöst wurde. Denn das wäre der Best Case: Man nimmt einfach das, was der Standard bietet. Das ist tatsächlich

heute auch bei den meisten Anforderungen schon der Fall. Darüber hinaus gibt es aber auch noch Möglichkeiten mit modernen Entwicklungsoptionen, wie zum Beispiel dem Cloud Application Programming Model.

MAGAZIN: SAP bietet zwei Programme an, mit denen Unternehmen schneller in die Cloud kommen: RISE with SAP und GROW with SAP. Beginnen wir mal mit RISE with SAP. Wie bewertest du die Lösung?

Nadine: RISE with SAP ist ein Komplettpaket für den Umzug in die Cloud für Bestandskunden der SAP, bei dem SAP mit seinen Partnern Hand in Hand geht. Im Grunde geht es um einen Hostingumzug: Ich wechsele mit der Betreuung zu SAP und mit meinem Hosting zu einem Hyperscaler, anstatt meine Systeme im eigenen Keller oder in einem fremden Rechenzentrum zu betreiben. Zudem beinhaltet der Umzug noch diverse andere Leistungen, die die SAP abbildet oder entsprechend durch die Partner bestellt. Und das alles in einem Vertrag und nicht mehr in x-verschiedenen Vertragswerken.

MAGAZIN: Und was ist der Unterschied zu GROW with SAP?

Nadine: GROW with SAP ist das Angebot für Neukunden, vor allem für kleinere Unternehmen, die noch kein ERP-System nutzen. Für die ist GROW with SAP mit der Public Cloud sehr interessant, weil sie ihre ganze Supply Chain noch auf keinem anderen ERP-System abgebildet haben. Das heißt, der Kunde kommt erst gar nicht in die Verlegenheit, seine Historie mit dem Neuen abgleichen oder sie gar mitnehmen zu wollen. Damit meine ich nicht nur Daten, sondern auch seine historischen Prozesse. Er schaut also per se schon mal nach vorne und kann mit einem Standard-System viel anfangen, wie es die Public Cloud bietet.

MAGAZIN: Wir haben schon über die Cloud gesprochen. Kannst du nochmal einige Vorteile nennen, die aus deiner Sicht besonders wichtig sind?

Nadine: Auf jeden Fall der Standard. Dadurch wird zum Beispiel auch das ganze Thema Lifecycle Management deutlich einfacher. Neue Prozesse und Lösungen lassen sich viel schneller in Betrieb nehmen, weil sie einfach zugeschaltet werden. Wer zum Beispiel schon mal ein Cloud Application Lifecycle Management in Betrieb genommen hat, weiß, was ich meine. Das geht sehr, sehr schnell, so dass ein Unternehmen auch sehr schnell davon profitiert.

MAGAZIN: Cloud Application Lifecycle Management? Was ist das genau?

Nadine: CALM bedeutet: Das Thema Application Lifecycle Management ist in einer Komponente in der Cloud abgebildet. Bevor ich mein Transformationsprojekt angehe, kann ich dort alles abbilden und dokumentieren – egal, ob ich jetzt einen Buchungskreis lösche, auf SAP S/4HANA wechsle, ob ich Best Practices implementieren möchte oder Entwicklungen mache. Ich kann dort eine Roadmap abbilden, was genau ich wann geplant habe. Auch das Transportmanagement ist darüber steuerbar. Für all das gibt es jetzt eine zentrale Komponente. Und das Cloud ALM behält diese Informationen für den späteren Betrieb. Das heißt, wenn das Transformationsprojekt abgeschlossen ist, liegen die Informationen trotzdem noch zugänglich vor und können immer nachvollzogen werden.

MAGAZIN: Wenn nun ein Kunde auf dich zukommt und dich nach den Leistungen der GAMBIT im Bereich Cloud fragt. Was sagst du? Wie unterstützt die GAMBIT Unternehmen beim Weg in die Cloud?

Nadine: Wir liefern alles aus einer Hand und beraten Ende zu Ende. Das ist aus meiner Sicht ein riesiger Vorteil. Das heißt, wir beginnen in der Regel mit einem Roadmap-Programm, wo wir uns umfassend darum kümmern, wie das zukünftige Betriebsmodell gestaltet werden kann. Wir helfen Unternehmen dabei, möglichst in den Standard zu kommen und maximal zu profitieren, gerade auch im Hinblick auf die eigenen strategischen Ziele. Dann unterstützen wir bei der Implementierung, wo es darum geht, bestimmte Anforderungen auszuentwickeln oder im System entsprechend so einzustellen, dass die Unternehmen es später im Betrieb nutzen können. Und gleichzeitig bieten wir auch noch den Support an – ob das jetzt Berechtigungspflegen sind oder ob es Kleinprojekte sind wie Releases oder Upgrades. Wir helfen, wo wir können. Last not least – und das rundet das Angebot ab – beraten wir Unternehmen auch bei den Lizenzen. Da wir in diesem Bereich zertifiziert sind, können wir die Lizenzfragen bei RISE und GROW im Auftrag der SAP mit den Kunden abstimmen.

MAGAZIN: Die Lizenzfragen werden schon in der Roadmap behandelt oder wann ist dafür der passende Zeitpunkt?

Nadine: Ganz genau, das Thema ist sehr wichtig. Von daher sollte es so früh wie möglich auf die Agenda. Das Lizenzthema ist hochkomplex und erfordert eine hohe Expertise und Erfahrung. Wir können zum Beispiel die bisherigen Kosten mit den Lizenzkosten gegenüberstellen. Wenn ein Unternehmen also bisher einen bestimmten Preis bei seinem Hoster bezahlt hat, dann können wir das mit RISE und GROW vergleichen und schauen, ob sich eine der Lösungen auszahlt.

MAGAZIN: Was wäre zum Abschluss dein persönlicher Rat für Unternehmen, die sich jetzt gerade erst mit der Cloud beschäftigen?

Nadine: Weiter beschäftigen! Die Unternehmen sind auf dem richtigen Weg. Die Zeiten sind aber auch vorbei, wo die Cloud noch ein No-Go war. Die Vorteile liegen auf der Hand und werden auch gesehen. Jedes Unternehmen sollte sich genau anschauen, wo On-Premise-Lösungen durch Cloud-Lösungen ersetzt werden können. Die neuen Lösungen sind zukunftssicherer und oft auch sicherer – man ist also „Future secured“ und „Security secured“! Die Security Patches kommen automatisch rein, so dass das System immer up to date ist. Mein Rat wäre, ob das nun Lösungen wie die Cloud oder KI betrifft: Schaut, welche Effekte euch neue Technologien und Methodiken bringen, und vor allem, welchen Nutzen die haben. Und dann packt es an!

MAGAZIN: Vielen Dank für das Gespräch, Nadine!

Nadine Burghardt ist seit 2007 Teil des GAMBIT-Teams und Head of SAP Technologies, SAP Security + Lifecycle Services. Die studierte Informatikerin berät und betreut Unternehmen bei Technologie-Themen, im Application Lifecycle Management und SAP Enterprise Support sowie im Business Development. Nadine hat bereits diverse SAP S/4HANA-Implementierungs- und -Transformationsprojekte in unterschiedlichsten Branchen durchgeführt und geleitet. Für GAMBIT hat sie das Transformationsgeschäft als auch den Bereich Lifecycle Services komplett neu aufgebaut und entwickelt das Thema permanent weiter. Nicht zuletzt kümmert sie sich in der Beratung um das Thema Cyber Security, das bei GAMBIT ganzheitlich betrachtet wird: von der Strategieberatung bis zur technischen Implementierung und Überwachung der IT-Infrastruktur.

ZUKUNFTSSICHER

MARKUS *FISCHER*

SAP spricht oft vom „intelligenten“ Unternehmen. Mit der Business Technology Platform (BTP) wird dieser Wunsch jetzt Wirklichkeit. Wer Innovationen in seine SAP- und IT-Landschaft integrieren möchte, kommt an dieser Lösung nicht vorbei, sagt GAMBIT-Entwickler **Markus Fischer**.

In Ihrem Unternehmen steht die SAP-S/4HANA-Transformation noch auf der Agenda? Genau so geht es nach aktuellen Studien noch 60 Prozent der weltweiten Unternehmen. Diese müssen zunächst erst einmal grundsätzliche Themen klären – etwa, in welche SAP S/4HANA Cloud überhaupt migriert werden soll oder inwieweit eine Architektur im Standard genutzt werden kann.

Darüber hinaus aber kommen schnell weitere Fragen auf, zum Beispiel wie der Custom Code aus dem Altsystem übernommen werden soll oder wie neueste Technologien wie generative Künstliche Intelligenz geschickt in die IT-Landschaft integriert werden können. Hinzu kommen oft auch weitreichendere Themengebiete, die die gesamte IT-Landschaft des Unternehmens beeinflussen – wie etwa der Aufbau eines eigenen Datawarehouses für das Reporting.

Passende Antworten auf diese Fragen liefert heute die SAP Business Technology Platform (BTP), eine Integrations- und Innovationsplattform, die für alle Anwendungen der SAP in der Cloud optimiert ist. Eine Transformation nach SAP S/4HANA oder Anpassungen der Architektur ohne Nutzung der Business Technology Platform? Wer auf Innovation setzt, muss sich in jedem Fall mit dieser Lösung befassen – und zwar am besten bereits vor dem SAP-S/4HANA-Projekt.

Aufbau der SAP BTP

Grundsätzlich kann die SAP BTP in fünf Themenbereiche aufgeteilt werden. Die Bereiche wiederrum sind unterteilt in einzelne Services. Unternehmen sollten jede der fünf „Säulen“ für sich bewerten, und zwar je nachdem, welche Anwendungsfälle im Unternehmen existieren und ob sich die Kosten für einen bestimmten Service eventuell über mehrere Anwendungsfälle decken lassen.

Die Middleware SAP Integration Suite ist dafür ein gutes Beispiel: Umso größer der Anteil der SAP-Schnittstellen von allen IT-Schnittstellen im Unternehmen ist, desto mehr lohnt sich die Lösung. Abgerechnet wird hier für ein Standardpaket, welches aus einem Kontigent an API-Calls besteht. Wird das Limit des Kontigents überschritten, wird je API-Call zusätzlich abgerechnet.

Die Services sollten allerdings nicht nur einzeln betrachtet werden und können natürlich auch sinnvoll miteinander verbunden und ergänzt werden. Als Integrationsplattform bildet die BTP somit die Brücke zwischen den SAP-Cloud-Produkten, Partner-Lösungen und den ERP-Systemen.

Im Folgenden werden diese Säulen genauer beleuchtet.

Datenstrategie weitreichend betrachten

Um eine sinnvolle Datenstrategie festzulegen, sollten Unternehmen die verschiedenen Optionen kennen, um Daten in SAP S/4HANA zu reporten. Hierbei können sich Unternehmen sich zwischen zwei Varianten entscheiden: Entweder über im Kern eingebaute Analytics-Werkzeuge wie zum Beispiel „analytische Abfragen“ oder extern über die SAP Analytics Cloud. Zudem ist es von der Datenarchitektur her auch wichtig, wo die Daten modelliert werden sollen – im Kern über CDS Views oder über ein Datawarehouse in der Cloud wie SAP Datasphere.

Wichtig hierbei ist zu beachten, welche Daten miteinander verknüpfen werden sollen. Will man „nur“ SAP-S/4HANA-Daten reporten oder möchte man über viele Plattformen hinweg Daten konsolidieren und harmonisieren? Hier müssen Unternehmen aus ihrer eigenen Datenmenge und -vielfalt heraus entscheiden, ob und wie sie die Daten sinnvoll miteinander verbinden.

Aus den modellierten Daten können auch neue Geschäftsfelder mit Datenprodukten entstehen. Denn Daten, die während Geschäftsvorgängen entstehen, sind eventuell für andere Unternehmen höchst interessant und können kommerzialisiert werden. Weiterhin dienen die Datenmodelle auch den eigenen Mitarbeitenden, die so über einen Datenmarkt an für ihren Geschäftsbereich relevante Daten herankommen und auf diese Weise datengetriebene Entscheidungen treffen können.

Insights aus den Daten gewinnen mit Analytics

Sobald Datenmodelle einmal vorhanden sind, können diese für tiefergreifende Analysen verwendet werden – Stichwort Data Analytics. Auch hier bietet die BTP eine Vielzahl an Möglichkeiten, diesen Bereich zu integrieren. Eine Möglichkeit ist, den Bereich direkt über eine Integration von Analytics Engines wie Google Vertex AI in den Datasphere einzubinden. So können in der Analytics Engine eigene Machine Learning (ML) Modelle trainiert und auf die Daten angewandt werden.

Eine weitere Option bietet die HANA Cloud Datenbank. Hier können vorgefertigte oder auch eigene ML-Modelle auf die Daten angewandt werden. Allerdings hat die HANA Cloud eher den Fokus auf der App-Entwicklung als auf dem Reporting. Sie ist vor allem im Hinblick auf das Thema generative KI entscheidend, um ihre große Schwäche, die Halluzinationen, zu verringern. Mit der Vectore Engine können nun eigene Unternehmensdaten mit in den Prompt für eine generative KI einfließen.

Das Ganze funktioniert nach dem Prinzip „Retrieval Augmented Generation“ (RAG): Die Textdaten werden in kleine Portionen unterteilt und über ein KI-Modell in Vektoren umgewandelt. Kommt anschließend ein Prompt von einem Endanwender rein, wird dieser zunächst über die Vector Engine geroutet. Diese prüft, welchen Textstücken der eingegebene Prompt semantisch am nächsten ist. Die Textstücke werden dann ausgegeben und in den eigentlichen GenAI-Prompt mitgegeben. So erhält der Endanwender eine Antwort, die sich auf interne Dokumente bezieht.

Wer das Thema KI gerne selbst in die Hand nehmen möchte und die notwendige Infrastruktur benötigt, kommt auch nicht zu kurz. Mit dem SAP AI Core können ML-Modelle trainiert und live geschaltet werden. Weiterhin bietet die „Extended Version“ mit dem Generative AI Hub eine KI-Spielwiese, um verschiedene Modelle von anderen Hyperscalern und Open-Source-Anbietern auszuprobieren.

Dadurch ergibt sich eine Vielzahl von Innovationsmöglichkeiten, um Prozessabläufe auf das nächste Level zu heben. Gerade mit Blick auf Automatisierungen kann hier viel erreicht werden: sei es das Zusammenfassen von Texten, die strukturierte Extraktion von Information aus Texten oder die klassische Textgenerierung. All diese Funktionen können in eigene Cloud-Anwendungen integriert werden und somit die Endanwender:innen bei ihren täglichen Aufgaben unterstützen. Dazu müssen die Unternehmensarchitekt:innen Prozesse neu denken und schauen, an welchen Stellen sie neue Technologien einsetzen können.

Unternehmensprozesse ganzheitlich betrachten und redesignen

Gerade bei der Integration neuer Technologien unterstützt das Cloud Application Programming (CAP) Model. CAP ist ein Modell von der SAP, das auf den Best Practices der Cloud-App-Entwicklungen beruht. Häufig wird hier die node.js Service SDK verwendet. Entwickler:innen wird über dieses Framework die Möglichkeit geboten, Cloud-Geschäftsanwendungen schneller zu erstellen und Plattformservices zu integrieren. Das Modell dient also ebenfalls als Integrationsmaschine, um Cloud Services miteinander zu kombinieren und auszusteuern.

CAP ist zudem ein zentrales Element der SAP „Clean Core“-Strategie. So können alte Z-Entwicklungen aus dem Kern in die Cloud gehoben werden. Die Kommunikation mit dem SAP-S/4HANA-System läuft dann ausschließlich über SAP Standard APIs, die auf die SAP-Geschäftsobjekte zugreifen.

Der große Vorteil bei dieser Strategie ist, dass bei den Releasewechseln weniger Aufwand entsteht und Unternehmen so schneller von den neuen Upgrades profitieren können. Hierbei ist jedoch immer zu beachten, welcher Nutzen sich daraus ergibt, die Side-by-Side-Variante zu fahren. Dazu sollte bewertet werden, wie hoch die Prozessdurchdringung der Z-App ist – also, wie stark die Z-Apps in die Prozesse eingebunden sind. Entkoppelt eine Z-App beispielsweise eine gesamte Prozesskette und lässt sich nicht über den SAP Best Practise abdecken und hat außerdem eine hohe Bedeutung für den Wertschöpfungsprozess, dann eignen sich genau diese Apps für die Side-by-Side-Variante.

Weiterhin bietet das CAP-Modell Unternehmen die Möglichkeit, sich nach außen zu öffnen. Somit können Portale für Kunden und Lieferanten sicher zur Verfügung gestellt werden. Verschiedenste Authentifizierungsoptionen und Geräteoptionen werden unterstützt. So kann ein Lieferant zum Beispiel einfach über den Cloud Identity Service eine Einladung zur Anmeldung am Portal erhalten. Außerdem kann das Portal auch als mobile Smartphone-App beispielsweise mit der react-Technologie zur Verfügung gestellt werden.

Seit neuestem werden Entwickler:innen auch mit dem Co-Piloten Joule beim Entwickeln unterstützt. Dieser nimmt lästige Copy-Paste-Aufgaben ab und unterstützt auch gerade CAP-Anfänger:innen beim Coden. Ein interessantes Feature also, um noch etwas mehr Schnelligkeit bei der App-Programmierung zu gewinnen. Joule kann zudem auch als Chatbot-Assistent in die CAP App selbst integriert werden.

KI vernetzen

In Zukunft wird es auch möglich sein, via Low-Code/No-Code (LCNC) externe Daten in Joule zu integrieren. Dies ähnelt von der Idee und Oberfläche ein wenig der SAP Process Automation. Außerdem soll es bald möglich sein, Joule mit anderen Platform-KIs zu verbinden. So können sich beispielsweise Joule und Microsoft 365 Copilot Aufgaben gegenseitig weiterleiten.

Die SAP Business Technology Platform bietet also eine riesige Integrationsplattform für Unternehmen, um das SAP-S/4HANA-System mit dem Rest der IT-Landschaft nahtlos zur vernetzen. Daher sollte das Thema BTP immer aus Sicht der Enterprise Architecture (EA) betrachtet werden und nicht nur im Rahmen eines reinen SAP-S/4HANA-Projekts. Mit dem Kauf von SAP LeanIX dockt die SAP also mit dem passenden Gedanken an die richtige Stelle an. Sieht man das Ganze nämlich aus EA-Sicht, können sich so Synergie-Effekte ergeben. Eine Fragestellung kann zum Beispiel sein, wo BTP-Services möglichst viele Prozesse unterstützen können und eine Infrastrukturgrundlage schaffen. Kosten können so verteilt werden und der Mehrwert der Prozessverbesserung lässt sich aufschlüsseln.

Erste Schritte mit der BTP

Was sind nun erste konkrete Schritte, um mit der BTP vertraut zu werden? Zunächst sollte man sich darüber im Klaren sein, welche Technologien das eigene Unternehmen bei seinen Kernfähigkeiten unterstützen können. Dazu muss man sich zunächst einen Überblick über das BTP-Serviceangebot verschaffen. Es müssen also Business- und Technologie-Owner an einen Tisch gebracht werden, um Potentiale zu entdecken. Hierzu eignen sich Innovationsworkshops, bei denen IT- und Business-Abteilungsleiter:innen zusammenkommen und gemeinsam Prozesse abstimmen und Optimierungsbedarfe identifizieren.

Fakt ist, dass auf dem Weg zum intelligenten Unternehmen kein Weg an der SAP BTP vorbeiführt. Wer Innovationen in seine SAP- und IT-Landschaft integrieren möchte, muss sich damit auseinandersetzen. Am besten jetzt.

Markus Fischer arbeitet als Consultant Development + Connectivity bei GAMBIT. Eines seiner Spezialgebiete ist die SAP Business Technology Platform. Als Entwickler kümmert er sich außerdem um die Übertragung und Modernisierung von ECC-Entwicklungen, erstellt Fiori-Apps mit dem RESTful Application Programming Model und SAPUI5 und erstellt Schnittstellen, um Umfeldsysteme an das SAP S/4HANA-System anzubinden.

GNS: GREENFIELD ALS WACHSTUMSBOOSTER

GREENFIELD ALS WACHSTUMSBOOSTER

Was SAP angeht, vertraut die **Gesellschaft für Nuklear-Service** bereits seit 1996 auf die Expertise von GAMBIT. Vor einigen Jahren begann die Arbeit an einem neuen Meilenstein-Projekt: der Implementierung eines flexiblen, zukunftsfähigen SAP-S/4HANA-Systems.

GESELLSCHAFT FÜR *NUKLEAR-SERVICE*

Das Ziel der Roadmap- und Implementierung war für GNS von Anfang an klar: Optimierte Prozesse, verbesserte Strukturen – und die Chance auf Wachstum. „Dafür haben wir SAP S/4HANA nicht nur technisch konvertiert, sondern das System komplett neu aufgesetzt“, sagt Dr. Andrea Eckelhoff, Bereichsleiterin Informationssysteme und Zentrale Verwaltung und eine der Projektleiterinnen der GNS aus Essen. „Im Ergebnis haben wir mit SAP S/4HANA eine schlankere und dauerhaft flexiblere IT-Landschaft auf den Weg gebracht.“

Die GNS Gesellschaft für Nuklear-Service mbH führte die Greenfield-Implementierung mit GAMBIT von Oktober 2020 bis Januar 2022 durch und arbeitet aktuell mit GAMBIT daran, das System weiter zu optimieren und neue Lösungen zu implementieren. Vorausgegangen war dem Projekt eine gemeinsame Vorstudie mit der Erarbeitung einer Roadmap für SAP S/4HANA, die Mitte 2019 begonnen worden war.

„Mit dem Vorprojekt haben wir die Grundlage für die Implementierung gelegt“, so Ralf Schoolmann, Projektmanager und GAMBIT-Projektleiter des GNS-Projekts, „und daher wussten wir auch genau, welche strategischen Ziele auf welche Weise erreicht werden sollen und welche Arbeiten zu erfolgen haben – etwa mit Blick auf die Optimierung von Prozessen.“

Die GNS arbeitete vor der Umstellung mit SAP ECC 6.0 mit Erweiterungspaket EHP6. Das Unternehmen verfügte über eine zweistufige Systemlandschaft aus Entwicklungs- und Produktivsystem. Im Rahmen der SAP-S/4HANA-Einführung bauten die Expert:innen eine dreistufige On-Premise-Systemlandschaft aus einem Entwicklungs-, einem Produktiv- und einem Testsystem auf. Die GNS nimmt die Beratungsleistungen der GAMBIT bereits seit 1996 in Anspruch – und ist damit einer der ältesten Kunden der GAMBIT überhaupt.

Weitere Projekte zeitgleich zur Implementierung

Eine der Besonderheiten des GNS-Projekts war, dass neben der Implementierung zeitgleich noch eine ganze Reihe anderer Projekte umgesetzt werden mussten, für die es jeweils weitere Umsetzungspartner gab. Unter anderem stand die Modernisierung eines Lagers inklusive Umstellung auf SAP EWM und die Re-Implementierung eines HR-Portals an.

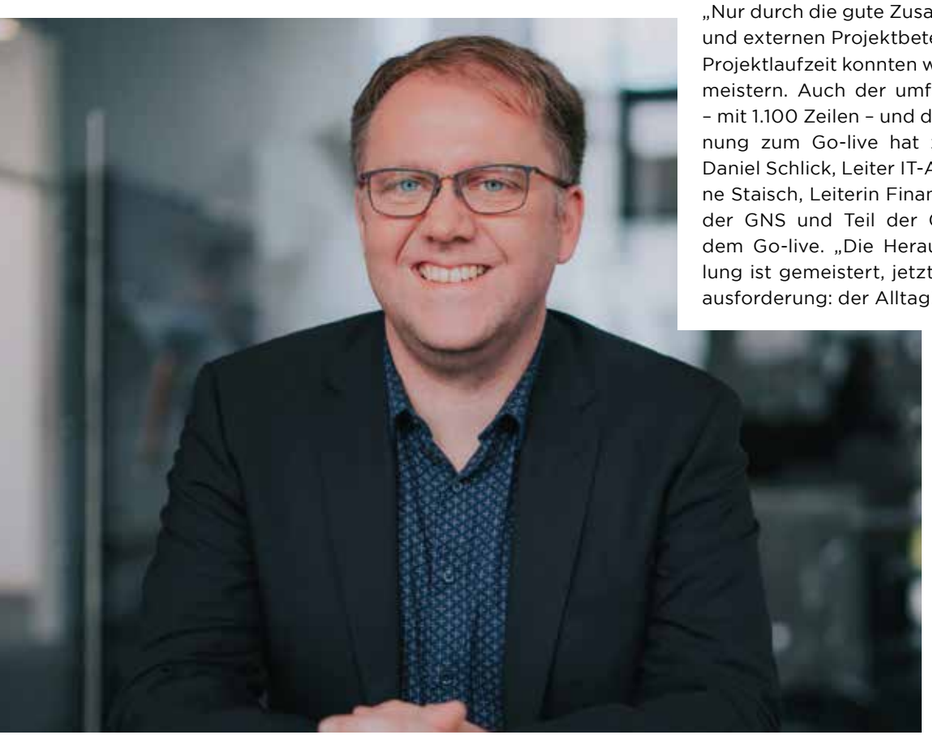
„MUTIG SEIN LOHNT SICH!“

„Gemeinsam haben wir einen fordernden Wandel gemeistert!“
Daniel Schlick, Leiter IT-Anwendungen

Die Vielzahl der zum Teil auch neuen Projektpartner hatte einen erhöhten Koordinations- und Kommunikationsbedarf zur Folge, sodass bereits im Vorprojekt Meetings etabliert wurden, um die verschiedenen Projekte in die Gesamt-Roadmap und Projektkoordination zu integrieren. GAMBIT übernahm im Gesamtprojekt letztlich die Koordination der externen Partner und agierte damit quasi als Generalunternehmen.

Ziele des Projekts erreicht

Neben der Ablösung von SAP ECC und der Vereinfachung der IT-Landschaft verfolgte die GNS mit der Einführung von SAP S/4HANA weitere zentrale Ziele, wie vor allem die zunehmende Ausrichtung der GNS auf internationale Märkte und Kunden.



Darüber hinaus sollte die Einführung von SAP S/4HANA den Umgang mit einigen regulatorischen Anforderungen erleichtern – wie beispielsweise dem amerikanischen ASME-Code, dem weltweit führenden Regelwerk zur Konstruktion, Herstellung und Prüfung von Druckgeräten und druckführenden Komponenten, bei der internationalen Rechnungslegung oder beim Fast Close für die schnellere Erstellung und Veröffentlichung des Jahresabschlusses.

Der Go-live Anfang Januar 2022 verlief schließlich ohne wesentliche Probleme. Vorausgegangen war dem Go-Live dabei noch eine intensive Trainings- und Testphase. Beim Go-live selbst wurden alle GNS-Prozesse – mit Ausnahme von Human Resources – in das neue SAP-S/4HANA-System übernommen.

„Nur durch die gute Zusammenarbeit der internen und externen Projektbeteiligten über die gesamte Projektlaufzeit konnten wir das Projekt erfolgreich meistern. Auch der umfangreiche Cut-Over-Plan – mit 1.100 Zeilen – und die damit verbundene Planung zum Go-live hat zum Erfolg geführt“, so Daniel Schlick, Leiter IT-Anwendungen, und Yvonne Staisch, Leiterin Finanz- und Rechnungswesen der GNS und Teil der GNS-Projektleitung nach dem Go-live. „Die Herausforderung der Umstellung ist gemeistert, jetzt startet die nächste Herausforderung: der Alltag!“

Die **GNS** ist das führende Unternehmen in Deutschland für nukleare Entsorgung und den Rückbau von Kernkraftwerken und kerntechnischen Anlagen. Als Tochterunternehmen der vier großen Energieversorger in Deutschland ist die GNS seit fünf Jahrzehnten der Spezialist für die Entsorgung abgebrannter Brennelemente ebenso wie für die sichere Verarbeitung und Verpackung von schwach- und mittelradioaktiven Abfällen aus Betrieb, Stilllegung und Rückbau. Mit ihren rund 1.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern erzielen die Unternehmen der GNS-Gruppe einen Jahresumsatz von 350 Millionen Euro.

WAS IST ...

CALM?

SAP Cloud ALM (Application Lifecycle Management oder kurz CALM) ist eine cloudbasierte und wartungsarme Software-Lösung, mit der Unternehmen ihre Cloud- und hybriden IT-Landschaften verwalten können. Zudem können sie den Betrieb von Cloud-Lösungen optimieren und verwalten.

Die Vorteile: Die Lösung ist aktuell unter anderem in der S/4HANA-Cloud-Lizenz enthalten und – auf der Grundlage anerkannter Standards – ohne eine aufwändige Konfiguration sofort einsetzbar. SAP hat SAP Cloud ALM auf Basis neuer Technologien von Grund auf neu entwickelt.

Mit SAP Cloud ALM können Unternehmen SAP-Lösungen nicht nur betreiben, sondern auch implementieren. Es unterstützt Unternehmen bei der Einführung neuer SAP-Cloud-Lösungen. Das bedeutet, dass bei Implementierungen alle relevanten Bereiche bereits abgedeckt sind – ob Prozess-, Test-, Deploy- oder auch Taskmanagement.

Im Bereich Operating können Unternehmen mit SAP Cloud ALM das Business Process Monitoring, das Health Monitoring und das User & Performance Monitoring durchführen.

Zudem unterstützt die Lösung in allen Bereichen mit einer „Embedded Intelligence“. So lassen sich Prozesse – auf der Basis von Machine Learning – besser abwickeln und Fehler und Störungen frühzeitig erkennen.

Einer der wesentlichen Vorteile von Cloud ALM ist, dass die Lösung auf anerkannten Standards und Frameworks basiert. Unternehmen können SAP S/4HANA und SAP S/4HANA Cloud – auf der Basis des SAP-Activate-Frameworks und der bereitgestellten SAP Best Practices – daher zielgerichtet und einfach einführen.

Im laufenden Betrieb steht Unternehmen das gesamte Spektrum der Überwachung ihrer Systeme zur Verfügung. Hierdurch erreichen sie ein hohes Maß an Transparenz und haben so die Möglichkeit, Fehler oder kritische Zustände schon im Vorfeld zu erkennen und zielgerichtet darauf zu reagieren.

Keine Ausgabe des Magazins mehr verpassen?
Jetzt QR-Code scannen und Newsletter abonnieren!

gambit

ALLE RECHTE VORBEHALTEN
Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt.
Jegliche Weiterverbreitung oder Nutzung, auch auszugsweise, bedarf einer schriftlichen Genehmigung der Herausgeber. © 2025

DE GAMBIT Consulting GmbH | Junkersring 35 | 53844 Troisdorf | Fon +49.2241.8845-0 | info@gambit.de | **www.gambit.de**
CH GAMBIT Consulting AG | Suurstoffi 22 | 6343 Risch-Rotkreuz | Fon +41.41.41 845-20 | info@gambit-consulting.ch | **www.gambit-consulting.ch**