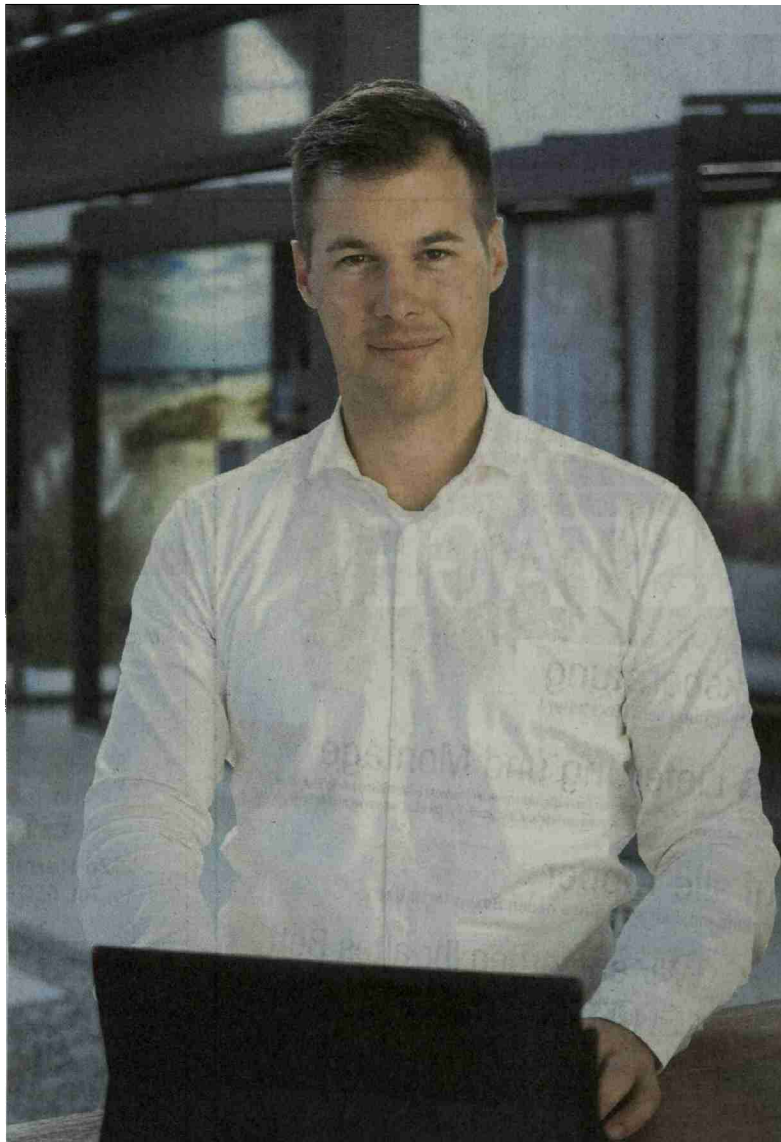




Zeichen der Zeit früh erkannt

Die Stobag AG treibt Digitalisierung und Innovation voran



Digitalisierung und Vernetzung entlang der Wertschöpfungskette, unter anderem mit dem Ziel, die Produktion zu individualisieren», so beschreibt Daniel Fiechter, CIO der Stobag AG, deren Digitalisierungsstrategie.

Bild: zg



Am siebten Anlass «Aargau innovativ» des Hightech Zentrums Aargau war auch die Stobag AG dabei. Die Spezialistin für Sonnen- und Wetterschutzsysteme hat ihren Online-Bestellprozess stark beschleunigt und baut damit ihre führende Position weiter aus.

Sabrina Salm

Die Digitalisierung schreitet schnell voran und verändert alles. Digitalisierung ist für die Stobag AG einerseits die Optimierung und Beschleunigung von Prozessen, aber vor allem auch die Anpassung an neue Kundenbedürfnisse und vorne mit dabei sein. Heutzutage wollen sich die Kunden online inspirieren lassen, kaufen können und dabei ein tolles Erlebnis geboten bekommen. «Das Einkaufsverhalten hat sich generell verändert», weiss auch Daniel Fiechter, Chief Information Officer (CIO) der Stobag AG. Die Kunden von heute sind gewohnt, ihre Einkäufe zunehmend online sowie orts- und zeitunabhängig zu tätigen. «Das macht vor keiner Branche und auch nicht vor unseren individuellen Produktlösungen halt. Dem wollen wir Rechnung tragen und unseren Fachpartnern einen optimalen Service bieten.» Deshalb ist der Webshop für die Fachpartner ein zentrales Element bei ihrer Digitalisierungsstrategie. Bei dieser Entwicklung wurde die Stobag AG vom Hightech Zentrum Aargau (HTZ) begleitet und beraten.

Bessere Idee vermitteln

Der Wunsch nach Visualisierung bekommt immer mehr Bedeutung. Bisher war es so, dass man zusammen mit den Fachhändlern das Projekt

der Terrassen- oder Gartengestaltung auf der Basis von Konstruktionsplänen vorgenommen hat. Das erfordert ein grosses Vorstellungsvermögen, weil diese Pläne eben nur in zwei Dimensionen vorliegen. «In naher Zukunft wird es möglich sein, das ausgewählte Stobag-Produkt in einer tollen digitalen dreidimensionalen Visualisierung am eigenen Haus oder an der eigenen Terrasse zu

erleben. Das wird ein grosser Meilenstein für uns.» Dann können die Kunden sehen, wie die neue Pergola oder der neue Pavillon in ihrem Garten aussieht und, wenn nötig, die Visualisierung auch gleich für die Baueingabe nutzen. «Unsere Anstrengungen im digitalen Bereich sollen dem Kunden eine bessere Idee vermitteln und dem Fachhandel ein Tool in die Hand

geben, um besser auf die Kundenwünsche einzugehen und gleichzeitig seine Prozesse zu optimieren.»

Erste Erkenntnisse gewonnen

Das HTZ hat die Stobag im Rahmen einer Machbarkeitsstudie bei der Neukonzipierung der Online-Bestellungen massgeblich unterstützt. Der

innovative Produkt-Konfigurator dient der optimalen Benutzerführung und ist für die Wahrung der Konkurrenzfähigkeit essenziell. Das Folgeprojekt läuft seit Oktober 2019. «Corona hat den Zeitplan da etwas durcheinandergebracht, aber wir konnten bereits erste Erkenntnisse gewinnen und auch schon einfließen lassen», verrät Daniel Fiechter. «Andererseits gibt es aber auch Themen, wo wir feststellen mussten, dass die Technik leider noch nicht so weit ist und wir mit unseren Ideen zwei bis drei Jahre voraus sind.» Aber auch solche Erkenntnisse seien wichtig, um die weitere Position ständig aus-



bauen zu können.

Die Digitalisierungsstrategie der Stobag war schon vor der Coronakrise in der Entwicklung. «Wir haben die Zeichen der Zeit schon früh erkannt. Die Zeit mit Corona haben wir auch als Zeichen der Bestätigung ge-

Wir sehen die Digitalisierung als Chance

Daniel Fiechter, CIO Stobag AG

sehen, dass wir auf dem richtigen Weg sind und diesen noch konsequenter gehen wollen – und müssen», so Daniel Fiechter. Gewisse Themen wurden früher aufgegriffen als geplant, wie zum Beispiel die Einführung von Homeoffice und generell die digitale Kommunikation. «Wir sehen

die Digitalisierung als Chance, unser Unternehmen weiterzuentwickeln und auch in anderen Märkten zu wachsen.»

Neue Möglichkeiten

Digitalisierung heisse auch, dass in die Forschung und Entwicklung investiert wird. Aber auch, dass in der Fertigung und Programmierung neue Job-Profile kreiert werden müssen.

Eine der grössten Herausforderungen beim Thema Digitalisierung sei sicher der Mensch. Den Mitarbeitern müsse vermittelt werden, dass die Effizienzgewinne durch die Digitalisierung nicht in Arbeitsplatzabbau münden. «Im Gegenteil. Wir müssen den Mitarbeiter auf diesem Weg mitnehmen und befähigen, mit den neuen Möglichkeiten umzugehen.»