

© Martin Moravsek (2)



Arbeitswelten

Peter Saak (Bild), Geschäftsführer von Canon Austria, diskutierte mit Dietmar Dahmen über Entwicklungen, Chancen und Stolpersteine anlässlich des Canon Business Forums.

„Kreativität ist eine Schlüsselfunktion“

Modern Working oder nichts ist mehr für immer: Canon unterstützt Unternehmen beim Transformationsprozess.

••• Von Eva-Louise Krémer

WIEN. „Canon übernimmt für seine Kunden in vielen unternehmensrelevanten Bereichen die Funktion des Innovations-treibers“, erklärt Peter Saak, Geschäftsführer von Canon Austria. Damit positioniere sich Canon als Partner für gesamtheitliche Lösungen an der Schnittstelle zwischen Technologie, Mensch und Modern Working.

Die Aufgabenstellungen reichen dabei von der Umsetzung mobiler Arbeitsplätze und notwendiger Datensicherheit bis hin zur Verbesserung von Geschäftsprozessen und personalisierter Kundenkommunikation.

Bedürfnisse der Kunden

Der Marketing-Experte Dietmar Dahmen ist überzeugt davon, dass *alle* Unternehmen umdenken müssen. Im Mittelpunkt stehe nicht (mehr) das eigene

Produkt oder die eigene Dienstleistung, sondern der *Kunde* und seine Bedürfnisse.

Aktuelle Trendtechnologien wie Internet of Things (IoT) oder Blockchain nur von der Ferne her zu kennen, reiche nicht, so Dahmen. Es brauche eine fachgerechte Sichtweise und vor allem Einordnung sowie Experten, die den wirtschaftlichen Nutzen erkennen können.

Aus seiner Sicht ist aus dem Fortschritt ein „Fortsprint“ geworden – eine Entwicklung, die Unternehmen unbedingt als Chance wahrnehmen sollten.

Kreativitätsförderung

Peter Saak setzt auch Canon intern auf Modern Working. Für ihn ist zum Beispiel mobiles Arbeiten fixer Bestandteil des Arbeitslebens: „Bis zu einem Tag pro Woche können Mitarbeiter von einem Arbeitsplatz aus arbeiten, der sich nicht im Bürogebäude befindet.“ Dabei soll vor

allem Kreativität gefördert werden, denn diese Fähigkeit bleibt weiterhin als Schlüsselfunktion begehrt.

Ideale Arbeitswelten sollten demgemäß vor allem Bedingungen ermöglichen, die Mitarbeiter sinnvoll unterstützen und Kunden spürbare Vorteile verschaffen. „Zudem muss ein

Umfeld geschaffen werden, das Mitarbeitern und Kunden *sympathisch* ist – denn letztendlich wird auch die Unternehmenskultur verstärkt über technische Kompetenzen nach außen kommuniziert“, erläutert Saak die hauseigenen Erfahrungen. Neue Raumkonzepte, durchgängige Transparenz und eine Open-House-Mentalität schaffen eine zeitgemäße Unternehmenskultur: Der Austausch mit den Kunden und Mitarbeitern wird intensiviert und gefördert.

Know-how gefragt

„Im Vordergrund der neuen Technologien stehen die Themen Mobilität, Transparenz, Datensicherheit, Geschwindigkeit und Flexibilität“, schließt Saak. „Ohne Know-how läuft nichts mehr – im wörtlichen Sinne.“



Canon Business Forum: Dietmar Dahmen, Zukunftsforscher & Unternehmer.