

Digitalisierte GmbH

## Den Megatrend klug gestalten

Die Digitalisierung wälzt die Wirtschaft um, vom Großkonzern bis zum Kleinbetrieb. Unternehmer sollten dies als Herausforderung sehen, die sie aktiv gestalten können, statt sie nur zu erdulden. Dabei gilt es klug und konsequent von den Mitarbeitern und den Kunden her zu denken.

Wie kann es sein, dass der größte Anbieter von Unterkünften (Airbnb) keine eigenen Immobilien, ein aufstrebendes Taxiunternehmen (Uber) keine eigenen Autos und das größte Medienunternehmen der Welt (Facebook) keine eigenen Inhalte besitzt? Die Antwort liegt in dem Wort, das nichts weniger als einen globalen Megatrend markiert, der die Wirtschaft umkrempelt: Digitalisierung.

Dieser schillernde Begriff bezeichnet die Veränderungen von Prozessen, Objekten und Ereignissen, die durch zunehmende Nutzung von digitalen Geräten und Daten erfolgt. Dabei werden digitale Repräsentationen von physischen Objekten, von Ereignissen oder analogen Medien kreiert.

### Herausforderungen für Unternehmen

Viele Mittelständler sind noch immer zu skeptisch gegenüber digitalen Trends wie etwa Cloud-Lösungen oder dem Internet der Dinge (IoT). Dabei sehen nach einer Umfrage des Branchenverbandes Bitkom 90% von ihnen in der Digitalisierung Chancen für sich; 80% fürchten aber auch den Untergang ihres Unternehmens, wenn die Entwicklung verschlafen wird. Unternehmer wissen also, wie wichtig Investitionen in dem Bereich sind.

Wer dann aber gleich eine eigene Digitalisierungsabteilung aufbaut oder extra einen „Chief Digital Officer“ (CDO) ernannt, verschleiern nur seine Hilflosigkeit. Neue Trends vom Kerngeschäft „abzuteilen“ hat schon beim Qualitäts- und Lean-Management nicht funktioniert. Es braucht keine neuen Strukturen, sondern einen Perspektivwechsel – Digitalisierung ist dann kein Problem, sondern ein Weg, um Kundenwünsche besser zu erfüllen und diese langfristig zu binden. Durch Automatisierung wird auch kein Geburtstag oder keine individuellen Bedürfnisse von Kunden mehr vergessen.



Gerade kleinen Firmen und Nischenanbietern können sich enorme Chancen bieten: Wer konsequent die Perspektive seiner Kunden einnimmt und mit ständigem Erfindergeist an seine Produkte und Dienstleistungen herangeht, kann sogar die großen Konkurrenten und deren Geschäftsmodelle ins Wanken bringen.

### Agile Arbeitswelt

Laut einer neuen Studie des Instituts der deutschen Wirtschaft (IW) arbeiten mittlerweile mehr als die Hälfte der deutschen Angestellten am PC, Laptop oder Smartphone. Diese sogenannten mobilen Computerarbeiter arbeiten oft auch mehr als andere. Häufigster Arbeitsort sind dabei aber nicht wie vermutet die eigenen vier Wände, sondern die des Kunden. Viele der Befragten sind mit ihrer mobilen Arbeitsweise zufrieden, denn sie arbeiten zwar mehr, dafür aber auch selbstbestimmter. Das ist die eine Seite. Unsicherheit, Unbedachtheit, Unzufriedenheit im Umgang mit digitalen Technologien bei der Arbeit ist die andere. Mehr Vertrauen in digitale Anwendungen ist daher nötig. Es lohnt sich deshalb über einen Wegfall der Budgetgrenzen für Investitionen in die Weiterbildung der eigenen Mitarbeiter nachzudenken, denn Mitarbeiter

mit fundiertem digitalem Know-how sind letztlich auch ein wichtiger Push-Faktor für den digitalen Wandel eines Unternehmens. Ein weiteres Problem jedoch sind die psychischen Belastungen der Digital Workers, die nach Untersuchungen der Barmer GEK hoch sind. Doch überraschend ist: Oft ist nicht nur das Arbeitspensum der Grund, sondern vor allem auch die schlechte technische Ausstattung des Arbeitsplatzes. Kluge Arbeitgeber sollten daher nicht an der falschen Stelle sparen, sondern ihren Mitarbeitern moderne und nutzerfreundliche Technik bieten.

Zusammengefasst besagt die goldene Klugheitsregel für unternehmerisches Handeln im Umgang mit den Herausforderungen der Digitalisierung: Digitale Baustellen im eigenen Betrieb mit Bedacht auswählen und damit unumkehrbare Entwicklungen nicht bekämpfen, sondern mit neuen Denkweisen gestalten und dabei vor allem die Mitarbeiter fördernd miteinbeziehen und sich strikt an den alten wie neuen Wünschen der Kunden orientieren. ■

Lars Schäfers  
Journalist und Sozialethiker  
[www.lars-schaefers.de](http://www.lars-schaefers.de)