

Quo Vadis Digitalisierung?

Ein Ratgeber zum digitalen Erfolg für
Handelsunternehmen



Der Begriff „Digitalisierung“ wird momentan fast inflationär verwendet: In Unternehmen, in der Politik und in der Gesellschaft allgemein ist sie ein heiß diskutiertes Thema. Eine klare und eindeutige Definition gibt es bis dato jedoch nicht. Wir zeigen die verschiedenen Facetten und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen der Digitalisierung auf und geben konkrete Handlungsempfehlungen, wie Unternehmen optimale Rahmenbedingungen schaffen, um die Entwicklung für sich zu nutzen.

Um es gleich vorweg zu nehmen: DIE Digitalisierung gibt es nicht. Die digitalen Entwicklungen, denen unsere Welt immer mehr unterliegt, hat zahlreiche Facetten. Einerseits gibt es immer mehr technische Geräte, die zum festen Bestandteil unseres täglichen Lebens werden und unser Denken und Handeln beeinflussen. Dazu kommt die zunehmende Vernetzung unserer Welt. Was vor einigen Jahren noch Science-Fiction war, ist heute bereits selbstverständlich. Konnte man sich vor 20 Jahren ein Smartphone noch nicht vorstellen, sind heute mehr als 20 Milliarden Geräte weltweit miteinander vernetzt. Informationen sind jederzeit und von überall abrufbar. Auf einem Bummel durch die Innenstadt erhalten wir per Push-Nachrichten Restaurantempfehlungen oder Einkaufsgutscheine und Facebook erinnert uns daran, ein Geschenk für den morgigen Geburtstag eines Freundes zu besorgen.

Auch auf die Wirtschaft hat die digitale Evolution weitreichende Auswirkungen. Von den Produktionshallen bis zu jedem einzelnen Schreibtisch-Arbeitsplatz hat die zunehmende Steuerung durch Computer alle Bereiche durchdrungen.

Eine der größten Veränderung hat die Digitalisierung im Handel hinterlassen und komplett neue Wirtschaftsbereiche entstehen lassen. So ist es für Unternehmen immens wichtig geworden, Produkte via Online-Shops oder -Plattformen digital zu vertreiben. Der Konsument kann sich zu jeder Tages- und Nachtzeit über Produkte informieren, sie vergleichen und nach Hause bestellen. Auch das Bewerben von Produkten über Social-Media-Kanäle und die Überwachung der Rezensionen und Beiträge hat derart an Bedeutung gewonnen, dass neue Firmen entstanden, die diese Aufgaben übernehmen.

Digitalisierung als Wirtschaftstreiber

Nicht zuletzt wirkt sich die Digitalisierung beachtlich auf das wirtschaftliche Wachstum aus. Bereits heute hängt mehr als ein Fünftel des weltweiten Bruttoinlandsprodukts direkt oder indirekt von in die Digitalisierung investiertes Kapital, digitalen Fähigkeiten der Arbeitnehmer, oder digitalen Gütern und Dienstleistungen ab.

Laut Accenture¹ kann die Weltwirtschaft bis 2020 um 1,83 Billionen Euro zusätzlich wachsen, wenn Unternehmen den Aufbau von digitalen Fähigkeiten und die Nutzung digitaler Technologien weiter vorantreiben.

Wenn wir heute von Digitalisierung sprechen, verwenden wir auch oft den Begriff **Industrie 4.0**. Damit ist – nach der Einführung von Maschinen, der Elektrizität und der Automatisierung in den ersten drei Phasen – die Phase der zunehmenden Digitalisierung vormals analoger Techniken gemeint.

Die Industrie 4.0 ist eng verbunden mit dem **Internet of Things (IoT)**. Vereinfacht gesagt werden dabei Gebrauchsgegenstände an das Internet angeschlossen und miteinander vernetzt. Dies ermöglichen es, dass die Produktion nicht nur automatisiert, sondern auch abhängig vom tatsächlichen Bedarf und Just-in-time erfolgt. Steuerungsprozesse werden nicht

¹ Quelle: „Digital Disruption: The Growth Multiplier“, Accenture Strategy, 2016

mehr durch den Menschen, sondern voll automatisiert durch Maschinen und Algorithmen optimiert. Die Auswirkungen auf die Produktions- und Arbeitswelt sind umfangreich.

Als Zwischenfazit können wir also festhalten, dass wir momentan in einer Umbruchphase stecken, die sowohl Chancen als auch Risiken mit sich bringt. Wichtig ist ein bewusstes und durchdachtes Vorgehen, bei dem die eigenen Ressourcen intelligent und effizient eingesetzt werden.

Chancen der Digitalisierung nutzen

Unternehmen können die Digitalisierung nicht ignorieren, sondern müssen sie bestmöglich für sich nutzen. Ängste vor dem Ungewissen stehen dieser Entwicklung oftmals im Wege. Hier gibt es kulturell und gesellschaftlich bedingt teilweise große Unterschiede, speziell was die Innovationskultur betrifft.

Prädestiniert für die Entwicklung neuer Technologien und das Vorantreiben der Digitalisierung sind Start-Ups. Die Szene besteht aus jungen, dynamischen Unternehmensgründern, die mit ihren Ideen die Welt revolutionieren wollen. In Europa, speziell in Deutschland, spielt diese Start-Up-Szene jedoch eine deutlich geringere Rolle als beispielsweise in den USA. Woran liegt das?

Während Deutschland mit seinem weltweit anerkannten Bildungssystem erstklassig qualifizierte Facharbeitskräfte hervorbringt, die mit Know-How und Qualität beste High-Tech produziert, ist dieses Ausbildungssystem für revolutionäre Innovationen eher ungeeignet. Das offene Hochschulsystem der USA bietet in diesem Bereich deutlich bessere Möglichkeiten. Da das System weniger spezialisiert ist, wird die Fähigkeit, über den eigenen Fachbereich hinaus zu denken, gefördert.

Dazu kommen gesellschaftliche Rahmenbedingungen wie eine aktive Wagniskapitalbranche, die Bereitschaft zur Elitenförderung und die Aufgeschlossenheit gegenüber unternehmerischen Risiken, die in den USA eine Innovationskultur fördern. Der typisch deutsche Perfektionismus und die damit verbundene Angst vor Misserfolgen kann hingegen auch in eine lähmende Starre umschlagen.

Entsprechend dominieren die USA mit revolutionärer Innovation, die neue Produkte und Märkte schafft. Ihren Ursprung haben diese Innovationen oftmals im Silicon Valley – eben bei den besagten Startups und nicht bei großen Konzernen. Einige Beispiele:

- Benutzerfreundliches Betriebssystem: Nicht von IBM, sondern von Steve Jobs und Bill Gates (später wurden daraus die Marken Microsoft und Apple).
- Katalogisierung des Internets erfolgte nicht durch die großen Telefonkonzerne, sondern hier hatte Larry Page (Google) die zündende Idee.
- Nicht die Musikindustrie entdeckte neue Vertriebswege, es war Shawn Fanning (Napster).
- Jeff Bezos (Amazon) revolutionierte den elektronischen Markt für den Einkauf.

Natürlich gibt es auch revolutionäre Innovationen „made in Germany“. Meist fokussieren wir uns jedoch eher auf evolutionäre Innovationen. Dabei werden bestehende Produkte verbessert und weiterentwickelt. Auch dieses Vorgehen hat durchaus Vorteile: Die neuen Ideen sind bereits erprobt und funktionieren. Die Kosten für die Entwicklung sind geringer, Markt- und Trendanalysen fallen leichter. Und nicht zuletzt lässt sich für bereits erprobte Ideen einfacher Kapital beschaffen.

Trotzdem sind es natürlich die revolutionären Ideen, die am Ende die Digitalisierung vorantreiben. Dass diese durchaus auch aus Traditionsunternehmen kommen, die den Wandel der Zeit erkennen und für sich nutzen, zeigt das Beispiel Vorwerk.

Eine digitale Erfolgsgeschichte „made in Germany“

Eine Erfolgsgeschichte „made in Germany“ kommt von Vorwerk, die mit dem Thermomix seit 2014 einen enormen Erfolg verzeichnen. Und das mit einem Vertriebskonzept, das eigentlich so gar nicht digital ist – denn die Maschine kann neu weder online, noch in einem Fachmarkt gekauft werden. Der geneigte Käufer muss einer Vorführung beiwohnen, um das Gerät dann – ab 1.300€ aufwärts – zu erstehen.

Das Erfolgsgeheimnis liegt nicht nur in einer innovativen Marketingstrategie, die die Marke emotional und erlebbar macht und einer Verknappung der Produktion - die Nutzer schätzen vor allem die digitalen Innovationen des Produkts:

- **Automatisiertes Kochen:** Ein Rezept-Chip leitet Hobby-Köche mit der Guided-Cooking-Funktion direkt durch das Rezept. Außer die richtigen Zutaten zuzugeben, hat der Koch nicht mehr viel zu tun. Temperatur und Zeit stellt das Technikwunder selbst ein und führt anschließend alle Zubereitungsschritte eigenständig aus.
- **Internet of Things (IoT):** Das Gerät ist direkt mit dem Internet verbunden und lädt neue Rezepte und Kochanleitungen herunter. Ein echter Mehrwert für Kunden
- **Online-Community:** Vielleicht der entscheidende Erfolgsfaktor der Innovatoren. Die im Netz ganz gezielt aufgebauten Communities erlauben den Thermomix-Besitzern einen direkten Austausch. Täglich gibt es hier unzählige neue Rezepte, Ideen und Anmerkungen der Nutzer. Auch die unternehmenseigene App mit kostenpflichtigen Rezepten ist ein voller Erfolg.

Da wird der Küchenhelfer zum Lieblingsspielzeug und der Mut zu einer solchen Strategie macht aus einem etwas angestaubten Wuppertaler Familienunternehmen ein innovatives, zukunftssträchtiges Unternehmen.

Fazit & Handlungsempfehlung

Auch wenn die Politik mittlerweile die Notwendigkeit erkannt hat, ökonomische Rahmenbedingungen für die Digitalisierung zu verbessern, muss vieles in den Unternehmen selbst passieren.

Das Beispiel Vorwerk zeigt, dass es für neue Ideen und der Nutzung der aus der Digitalisierung entstehender Chancen Risikobereitschaft, Mut und Durchhaltevermögen braucht. Unternehmen müssen bereit sein, ihr Geschäftsmodell grundlegend zu hinterfragen und zu überlegen, was der Kunde von morgen möchte und wie die Umsetzung konkret aussehen kann. An dieser Vision muss die Entwicklung des Unternehmens ausgerichtet werden. Die zentrale Frage ist dabei stets, wie man die Kunden der Zukunft optimal bedienen kann.

So bauen Sie eine Unternehmenskultur auf, die den Nährboden für digitale Innovationen bildet:

- **Schaffen Sie ein Innovationsklima.** Animieren Sie ihre Mitarbeiter, neue Ideen einzubringen. Dies sollte nicht als einmaliger „Ideenwettbewerb“, sondern als kontinuierlicher Prozess angesehen werden. Fördern lässt sich dies z.B. durch eine Ideen-Lounge oder Workshops, in denen sich Mitarbeiter aus verschiedenen Abteilungen treffen und sich interdisziplinär austauschen. Alternativ oder ergänzend eignen sich auch virtuelle Plattformen oder eine Ideen-Community im Intranet.
- **Implementieren Sie ein Ideenmanagement.** Unterstützt durch eine aktive Moderation werden Innovationen aus dem Mitarbeiterkreis aufgenommen, Diskussionen gezielt vertieft und die Ideen weiterentwickelt und bewertet, bis die vielversprechendsten Vorschläge schließlich umgesetzt werden. Dafür können Unternehmen auch Förderprogramme² nutzen.
- **Etablieren Sie eine Kultur des Scheiterns.** „Es ist besser, bei etwas gescheitert zu sein, als es gar nicht erst versucht zu haben“ sollte das Motto für alle Mitarbeiter lauten. Aus dem Prozess werden Lehren gezogen, die anschließende Erfolge deutlich wahrscheinlicher machen.

Das Wichtigste ist eine grundsätzlich offene Denkweise im Unternehmen – gegenüber neuer Technologien, Prozesse und Arbeitsmuster. Dann können durch die genannten Initiativen neue, digitale Trends gefördert werden.

Natürlich lässt sich eine solche Denkweise – besonders in etablierten Unternehmen – nicht von heute auf morgen umsetzen, sondern braucht Zeit. Ein innovatives Umfeld erfordert ein tiefgreifendes Umdenken, die Abkehr von starren Prozessen und eine agile Unternehmenskultur. Dabei müssen alle Mitarbeiter eingebunden und überzeugt werden.

Essentiell ist dabei auch das Thema Weiterbildung. Wissen schafft Verständnis und Akzeptanz und ist die Grundlage zur Entstehung neuer Ideen. Ein fundiertes Wissensmanagement im Unternehmen bildet die Basis für digitale Innovationen.

Fazit

Besonders für Händler ist es von essenziell wichtig, dem digitalen Trend nicht nur zu folgen, sondern den Weg selbst aktiv zu gestalten. Der Kunde und dessen zukünftigen Anforderungen und Vorlieben sollte dabei stets der Ausgangspunkt aller Überlegungen sein. Um das gesetzte Ziel zu erreichen, müssen alle Mitarbeiter abgeholt, eingebunden und zu Botschaftern der digitalen Transformation gemacht werden. Eine innovative und agile Unternehmenskultur schafft die Voraussetzungen und bietet das Potential für große Erfolge. Bleiben Sie flexibel und nutzen Sie die Digitalisierung als Chance!

² Als Beispiel sei das „develoPPP“ genannt, ein Projekt des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung: <https://www.developpp.de/>



**SOFTWARELÖSUNGEN
FÜR IHREN ERFOLG**

Die plus-IT ist seit 18 Jahren Pionier, Spezialist und verlässlicher Partner für Business Intelligence Lösungen. Wir stehen unseren Kunden als ganzheitliche BI-Berater und Partner bei der Umsetzung komplexer BI-Projekte zur Seite.

Unsere Mission ist es, Unternehmen zu befähigen, auf Basis vorhandener Daten qualifizierte Entscheidungen zu treffen, um ihren Erfolg langfristig zu optimieren. Dazu erarbeiten wir mit unseren Kunden eine optimale Lösung für ihre individuellen unternehmerischen Herausforderungen.

plus-IT GmbH

Dr.-August-Einsele-Ring 20
82418 Murnau am Staffelsee



<http://plus-it.de>



+49 (0)8841 487760



kontakt@plus-it.de