

Kreissprecher der Wirtschaftsjuvenoren Waldeck-Frankenberg René Knipschild von rkCSD zum Thema:

Digitalisierung als Chance für die Wirtschaftsregion Waldeck-Frankenberg

27. Juli 2016

Digitalisierung ist, kurz gesagt, das volle Ausnutzen aller Vorteile, die die digitale Vernetzung mit sich bringt. Als Inhaber einer Software-Firma beschäftige ich mich tagtäglich mit dem Thema Digitalisierung und bin für meine Kunden natürlich auch der erste Ansprechpartner zu allen Fragen dieses Themenkomplexes.

Ich selbst nutze für meine Firma ein breites Spektrum an Vernetzung, da meine fünf Mitarbeiter nicht alle im Landkreis wohnen können. Aus diesem Grund arbeiten wir über ein eigenes, cloudbasiertes Online-System zusammen, durch das meine Mitarbeiter jederzeit per Internet Zugriff auf alle relevanten Projektdaten erhalten. Sie können dann standortunabhängig an ihren Rechnern arbeiten und sind nicht an unseren Firmensitz gebunden. Für uns sind daher Webkonferenzen und vernetztes Zusammenarbeiten Alltag. Auch unsere Kunden erreichen wir auf digitalem Wege: Wir helfen ihnen gerne per Telefon und Internet weiter.

Auch entwickeln wir Software, die selbst Teil der Digitalisierungsprozesse der Kunden sind. Ich sehe darin aktuell gute Chancen auch für kleine Firmen durch geschickten Einsatz der Power der Vernetzung einen guten Stand auf dem Markt zu erlangen. Wer etwa Unternehmensdaten durch Software gut analysieren kann, verschafft der Firma einen echten Wettbewerbsvorteil. Für die Entwicklung solcher intelligenten Lösungen braucht man nicht unbedingt ein großes Softwarehaus. Man denke auch an Bereiche des digitalen Marketings, zum Beispiel dem Schalten digitaler Werbeanzeigen, bei dem jeder Klick Geld bringt. Am Ende erhalten wir Rechenzentren, die mit schlauer Software gespeist werden und dadurch Wertschöpfung und Mehrwerte erzeugen. Erstaunlich!

Aber bei aller digitalen Modernisierung dürfen die Entscheidungen nicht in blindem Aktionismus und in Fehlinvestitionen enden. Die Digitalisierung stellt Tools bereit, um Ziele zu erreichen, und ist kein Selbstzweck. Zentral ist immer die Frage, was wird benötigt, um ein Ziel zu erreichen.

Nicht nur im Firmen-internen Kontext entsteht eine Digitalisierung. Die Kunden von heute sind ebenfalls digitalisiert und können schnell via Internet Informationen abrufen. Beispielsweise vergleichen sie in Windeseile Preise auf Vergleichsportalen oder in großen Versand-Onlineshops. Reagiert der Einzelhandel nicht mit entsprechenden Serviceleistungen, kann es passieren, dass ein Kunde sich zwar vor Ort über ein Produkt informiert, dann aber doch den bequemen Versandhandel nutzt. Stichwort: Beratungsklau.

Das ist schade! Denn der „große“ Onlineshop unterstützt nicht unsere Arbeitsplätze vor Ort, investiert nicht in Bildung in unserer Region und macht unsere Region nicht attraktiver. Dabei hätte vielleicht eine gezielte Webshop-Platzierung des Einzelhandels dem Kunden vor Ort eine echte Alternative zum Großkonzern geboten und ihn damit halten können. Auch dies ist ein Thema mit dem ich mich im Auftrag meiner Kunden viel beschäftige.

Manche werfen zudem dem Landkreis Waldeck-Frankenberg vor, die digitale Transformation zu verschlafen. Ich finde, das dieses Thema zu vielschichtig ist, um es derart zu pauschalisieren. Es handelt sich vielmehr um ein individuelles Problem, das Firmen, Institutionen oder Individuen haben. Unternehmen sollten deshalb rechtzeitig erkennen, wenn ihr Geschäftsmodell „outdated“ (abgelaufen) ist bzw. wann es auslaufen wird und sich entsprechend aufstellen.

Ich betone nochmals, man sollte nicht alles machen, nur weil es geht. Ich persönlich liebe Schallplatten und brauche in meiner Freizeit keine Digitalisierung. Ich finde es auch nicht richtig, Digitalisierung an Stellen zu erzwingen, wo diese garnicht nötig ist, z.B. keinen Mehrwert bietet oder sogar Nachteile. Es gibt im Unternehmens-Kontext auch Beispiele für „unsinnige Digitalisierung“.

Ein schönes Beispiel hierfür sind für mich Telefonbuchverlage. Wer guckt heute noch Telefonnummern in solchen Büchern nach? - Ok, ich! So etwa zweimal im Jahr. Aber im Allgemeinen suche ich doch jede Telefonnummer im Internet. Wenn ich also als Firma plane, mit Werbung auf meine Firma aufmerksam zu machen, werde ich sicher nicht viel Geld für Anzeigen in Telefonbüchern ausgeben, da ich für einen Bruchteil des Geldes eine Website erstellen lassen kann, die einen deutlichen Mehrwert gegenüber dem „nur gefunden werden“ bietet.

Wenn ich dann über Radiowerbung höre, dieses oder jenes Telefonbuch zukünftig aus als App verfügbar sei, mache ich mir schon Gedanken darüber, ob sich die Investition des Telefonbuchverlags wirklich gelohnt hat. Es würde mich wundern, wenn die Entwicklungskosten der App tatsächlich wieder eingenommen würden, zudem die Apps ja meist kostenlos angeboten werden. Und wie gesagt, den Mehrwert, gegenüber einer Suchmaschine, sehe ich hier nicht gegeben!

Das ist ein gutes Beispiel dafür, wie der Wunsch nach Digitalisierung auch finanzielle Löcher in Firmenhaushalten entstehen lassen kann, weil nicht richtig nachgedacht und einfach gemacht wird. Dabei wäre es viel wichtiger, unter fachlicher Beratung (wie etwa meiner) die echten Potentiale der modernen Computertechnologien zu erkennen und für eigene Zwecke zu nutzen - ohne zu große wirtschaftliche Risiken zu erzeugen.

Abschließend plädiere ich an die heimischen Firmen in unseren Netzwerken zu agieren und vor allem junge Menschen für unseren Standort Waldeck-Frankenberg zu gewinnen. Jungunternehmen, die mit Digitalisierung ihr Geld verdienen möchten, sollten wir Mut machen, es zu wagen! Wir verschlafen sicher nicht die digitale Transformation, wir verschlafen unter anderem einen dringend notwendigen Bürokratieabbau, der neue Firmen entstehen lassen kann. Wir brauchen wieder Respekt und Wertschätzung für Menschen, die sich selbstständig machen und mutig etwas völlig neues, oder etwas völlig solides, ob digital oder analog, wagen!