



Wir befinden uns heute am Beginn der Digitalisierung unserer Arbeits- und Lebenswelten. Viele Menschen sind von den Chancen begeistert und entwickeln neue Lösungen, Geschäftsmodelle und Plattformen. Andere fühlen sich und ihr Unternehmen von allen Seiten bedroht, setzen auf Abwehrstrategien oder stecken schlimmstenfalls den Kopf in den Sand.

Digitalisierung ist kein IT-Projekt

Verweigerungshaltungen und Abwehrreflexe sind normal und angesichts der Komplexität der bevorstehenden Veränderungen nur allzu verständlich. Insbesondere da es sich bei der Digitalisierung nicht um ein IT-Projekt handelt, sondern um eine ganz grundsätzliche Änderung der DNA der Unternehmen.

Der Begriff „Digitalisierung“ ist dabei dehn- und interpretierbar und in so mancher

Diskussion hat man unweigerlich den Eindruck, dass die Gesprächspartner von verschiedenen Dingen reden. Denn es geht nicht nur um die Effizienzsteigerung in Produktion und Logistik, wofür wir Deutschen den weltweit einmaligen Begriff „Industrie 4.0“ kreiert haben.

Es geht nicht darum, dass ein Unternehmen einen Chief Digital Officer hat, der es dann richten wird und alle anderen können einfach so weiter machen, wie bisher.

Das gesamte Unternehmen muss digital „ticken“ und das bedeutet, in allen Bereichen offen, flexibel und schnell zu sein.

Tempora mutantur

Die Folgen der Digitalisierung können das eigene Geschäftsmodell massiv angreifen oder sogar zerstören. Neue, agile Player tauchen gefühlt ohne Vorwarnung an den Märkten auf und können, unbelastet von Traditionen und Altlasten neue Produkte und Services anbieten, die unsere Kunden ansprechen (siehe Teil 1 unserer unten näher beschriebenen Artikelserie).

Diese Kunden erwarten plötzlich, dass wir überall im digitalen Raum für sie da sind und mit ihnen auf Augenhöhe kommunizieren. Wir werden uns das in Teil 6 unserer Serie genauer anschauen.

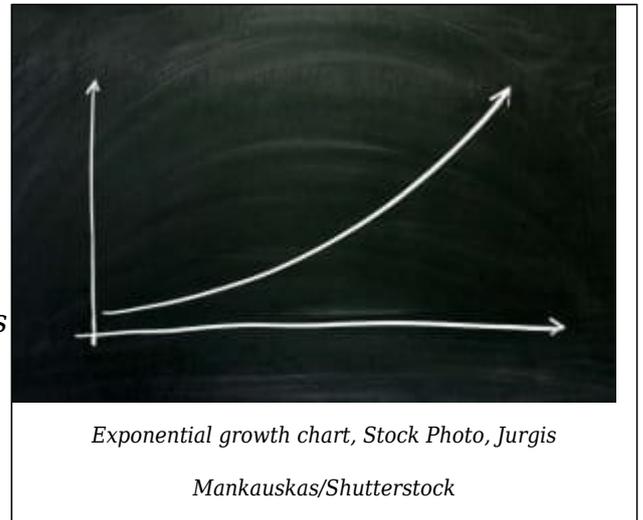
„Alte“ und traditionelle Unternehmen, von denen manche 100 Jahre und älter sind, haben oft hierarchische Strukturen und Managementtraditionen. Sie sind wie große Tanker, die noch einige hundert Meter geradeaus fahren, auch wenn das Ruder bereits herum geworfen wurde.

Junge Unternehmen, die vielleicht zehn bis 20 Jahre alt sind, zeichnen sich hingegen durch eine erheblich höhere Anpassungsgeschwindigkeit und Flexibilität aus. Dies hilft ihnen, sich an das Entwicklungstempo ihrer Umgebung anzupassen.

Wie Organisationen sich anpassen und Manager umlernen müssen zeigen wir in Teil 3 unserer Serie.

Exponentielles Wachstum

Wir alle kennen Moore's Law, das heute sinnbildlich für dieses exponentielle Entwicklungstempo steht. Ursprünglich postulierte Gordon Moore, Mitgründer des Chipherstellers Intel: „Die Anzahl an Transistoren, die in einen integrierten Schaltkreis festgelegter Größe passen, verdoppeln sich etwa alle zwei Jahre.“ Diese Faustregel zeigt, wie schnell die Entwicklungszyklen heute geworden sind und wie dieses exponentielle Wachstum 18 Monate schon wie eine Ewigkeit erscheinen lassen.



Für uns Menschen ist ein exponentielles Wachstum häufig nur schwer vorstellbar. Daher versuchen wir es mit einem Bild: Wie oft können Sie eine Seite Ihrer Tageszeitung falten? Acht Mal? 16 Mal? Noch öfter? Sie können es ja einfach einmal ausprobieren.

Wenn wir ein Papier falten wird aus einer Lage Papier zwei, dann vier, acht, 16 Schichten und so weiter. Schon nach zehn Mal Falten sind es 1.024 Lagen. Anders ausgedrückt: Zehnmaliges Verdoppeln bedeutet, den Ausgangswert zu vertausendfachen.

Bleiben wir in diesem Bild, könnte man sich fragen, wie oft man wohl ein Papier falten müsste, um einen Papierstapel zu erhalten, der bis zum Mond reicht, also so rund 400.000 Kilometer hoch wäre? 1.000 Mal? Falsch. Es wären 42 Faltungen und wir wissen ja, dass „42“ die Antwort auf die Frage „nach dem Leben, dem Universum und dem ganzen Rest“ ist.

Doch ich schweife ab. Also zurück zu Unternehmen und Digitalisierung: Planungshorizonte, die früher mehr als zehn Jahre betrug, wurden schon auf ein bis fünf Jahre eingedampft und erfordern völlig andere Instrumente und Methoden (mehr dazu in Teil 4 unserer Serie).

Mobile Revolution

Wie sehr sich unsere Welt bereits verändert hat, können wir alle an uns selbst erkennen, wenn wir uns Erinnerung rufen, dass das iPhone erst 2007 in den USA vorgestellt wurde. Ab 2009 begann dann auch bei uns der Siegeszug der Smartphones, die die einfachen Mobiltelefone (Feature Phones), Kameras, Music Player, Kalender, Adress- und Telefonbücher, Navigations- und Diktiergeräte und an vielen Stellen auch den PC verdrängt haben.

Das Smartphone hat dazu geführt, dass ganze Produktfamilien verschwunden sind und teilweise auch die sie anbietenden Unternehmen gleich mit, wie z.B. der Niedergang von Kodak gezeigt hat. Ein zu langes Festhalten an Produkten, Sortimenten und Services kann also fatal sein und Unternehmen müssen wachsam sein, um die Zeichen am Markt nicht zu übersehen. Wie das gehen kann, werden wir im ersten und fünften Teil unserer Serie beleuchten.

Das Harvard Innovation Lab hat schon vor vier Jahren in diesem Video gezeigt, wie sich die Digitalisierung bereits auf unsere Schreibtische ausgewirkt hat.



Mit dem Laden des Videos akzeptieren Sie die Datenschutzerklärung von YouTube.

[Mehr erfahren](#)

Video laden

YouTube immer entsperren

Digitale Giganten

In den 90er Jahren kamen die wertvollsten Unternehmen der Welt fast ausschließlich aus der Gas- und Erdölindustrie. Auch Anfang des neuen Jahrhunderts waren es noch überwiegend traditionelle Branchen wie Handel, Banken, produzierendes Gewerbe. Allein Microsoft war als Softwareunternehmen damals schon in den Top 5.

Heute sind die fünf wertvollsten Unternehmen der Welt einzig und allein digitale Unternehmen, die große Plattformen aufgebaut haben und mehr Kapital akkumulieren als ihre Vorgänger es jemals geschafft haben (Mehr zur Plattformökonomie in Teil 5 dieser

Serie).

Kilian Thalhammer von PaymentandBanking.com hat diese Entwicklung in seinem Beitrag dargestellt und uns netter Weise diese Infografik zur Verfügung gestellt.



Digitalisierung verändert die DNA der Unternehmen

Wie sehr die Digitalisierung die bekannten Strukturen, Prozesse, Herangehensweisen und Denkmuster von Unternehmen und ihren MitarbeiterInnen beeinflusst und verändert, möchten wir mit einer siebenteiligen Serie, die ab kommender Woche bei uns veröffentlicht wird, zeigen.

1. (Markt-)Perspektive
2. Unternehmenskultur
3. Organisation

4. Planung
5. Angebot
6. Kommunikation
7. Menschen

Alle Beiträge haben wir in einem Whitepaper zusammen gefasst, das Sie kostenfrei in unserem Download-Bereich herunter laden können.

Beitragsbild: ~~Nachdenkende Frau im Handel~~ - Stock Photo - Zoriana Zaitseva/Shutterstock