

Kann Deutschland digital?



Die Bundesministerin der Verteidigung Dr. Ursula von der Leyen plädierte in ihrer Eröffnung-Keynote dafür, dass Führungskräfte sich der Digitalisierung annehmen und diese vorantreiben müssen. (Foto: Stefan Pielow / MÜNCHNER KREIS)

München, 27. September 2017 – Die digitale Transformation revolutioniert nicht nur die Wirtschaft, sondern auch die Gesellschaft auf bahnbrechende Weise. Welchen spezifischen Pfad Deutschland bei diesen tiefgreifenden Veränderungsprozessen einschlagen sollte, diskutierten rund 700 Wissenschaftler, Entscheidungsträger aus Politik, Wirtschaft und Medien sowie Vertreter von Gewerkschaften und Verbänden auf der Konferenz „Digitale Transformation – Gibt es einen eigenen Weg für Deutschland?“ des MÜNCHNER KREIS, der Technischen Universität München, der Initiative MINT Zukunft schaffen und dem Zentrum Digitalisierung.Bayern. In Keynotes und Paneldiskussionen erörterten sie vier zentrale Spannungsfelder: Industrielles Denken versus Smart-Service-Denken, Mitbestimmung 1.0 versus Arbeitswelt 4.0, Disruptive versus evolutionäre Innovation sowie Digitale Revolution und sozialer Zusammenhalt.

Die Bundesministerin der Verteidigung, Frau Dr. Ursula von der Leyen, erklärte eingangs, dass die digitale Transformation auch innerhalb der Bundeswehr ein zentrales Thema sei, das jede Verwaltung vor immense Herausforderungen stelle. Heute entscheidet die Soft- und nicht mehr die Hardware Schlachten, denn, so brachte es die Ministerin auf den Punkt: „Alles, was fliegt, ist Software mit Metall drum herum.“ Die eigenen Kompetenzen in der Cyber-Abwehr stärkt das Verteidigungsministerium mit massiven Investitionen u.a. in den Aufbau eines

Cyberclusters an der Bundeswehrhochschule München und mithilfe eines Cyber Innovations Hub, über den der direkte Kontakt zu agilen digitalen Start-ups gesucht wird. 4.500 Angriffen auf deutsche Netze täglich steht mittlerweile bereits eine 13.500 Mann starke Cyber-Truppe gegenüber. Algorithmen sind laut von der Leyen das Bindeglied zwischen Big Data und Digitalisierung. Sie zu verstehen, ist Aufgabe der Führungskräfte. Damit die Politik im Ringen um die Informationshoheit in Zeiten von Fake News die Oberhand behält, müssen wir verstehen, was man mit Daten alles machen kann und wie diese effizient kombiniert und nutzbar gemacht werden können. Hier muss ein Wandel vom „Need to know“ zum „Need to share“ erfolgen.

„No Need“ für den Mittelstand

Dagegen sieht der deutsche Mittelstand bisher selten den „Need“ für den großen Schritt in Richtung digitaler Wandel. „Den mittelständischen Unternehmen geht es derzeit noch zu gut“, stellte Prof. Dr. Michael Dowling, Vorstandsvorsitzender des MÜNCHNER KREIS fest. „Sie sehen daher überhaupt keinen Zwang, die Digitalisierung im Unternehmen voranzutreiben.“ Prof. Dr. Dr. h.c. Manfred Broy vom Zentrum Digitalisierung.Bayern hält fest: „In Deutschland gibt es einen anderen Ausgangspunkt für die Digitalisierung, nämlich die sehr starke traditionelle Wirtschaft, die uns einen anderen Weg abverlangt als beispielsweise der amerikanischen Wirtschaft, die sehr dienstleistungsorientiert ist.“

Digitale Transformation ist Kopsache und Teamaufgabe

„Die Digitalisierung ist keine Frage der besten Technologie, sondern einer veränderten Denkweise und einem tiefgreifenden Verständnis für die Kultur und Organisation des Unternehmens“, betonte Prof. Dr. Isabell M. Welpel, Lehrstuhl für Strategie und Organisation, TUM. Claudia Nemat, Mitglied des Vorstands Deutsche Telekom, verwies auf Albert Einstein, der gesagt hat, dass Probleme nicht mit den Mitteln gelöst werden können, mit denen sie geschaffen wurden. In deutschen Unternehmen würden dementsprechend nur Teams die Herausforderungen der Digitalisierung erfolgreich meistern können, die sich aus Menschen mit ganz unterschiedlichen Fähigkeiten zusammensetzen. Um im Rennen um die Vorherrschaft im digitalen Bereich bestehen zu können, gilt es zu erkennen, was andere noch nicht erkannt haben, und Disruption zu wagen. Wer eigene Geschäftsmodelle nicht kritisch hinterfragt, kann leicht den Anschluss verlieren. So geschehen bei der Deutschen Telekom, die am Auslaufmodell der altbewährten SMS festhielt und dann letztendlich vom Messenger WhatsApp abgehängt wurde. Industrielles und Smart-Service-Denken müssen zukünftig vereinbart werden, indem Unternehmen ihre Prozesse einfach halten, ein Verständnis für effizientes Datenhandling erreichen, klassische Strukturen durch agile ersetzen und Ängste vor Neuem abbauen.

Vorbild Silicon Valley

„Plattformen beherrschen die Welt“, lautete die Ausgangsthese der Keynote von Christoph Keese, Executive Vice President Axel Springer. Ob Facebook, Google,

oder Airbnb, Business-to-Consumer-Plattformen verzeichnen enorme Erfolge, obwohl sie selbst gar nicht die Leistung erbringen, die sie verkaufen. Für Deutschland sieht Keese großes Potential im Bereich von Business-to-Business-Plattformen – dem nächsten logischen Schritt in der digitalen Transformation nach der Vernetzung von Unternehmen und Kunden. Die Industrienation Deutschland ist als Experte für Produktionsprozesse dafür prädestiniert, die „Wertschöpfungskette zu digitalisieren“. Darüber hinaus sollte die Bundesrepublik die Chance nutzen und die Vorreiterrolle in den drei wegweisenden Technologien der Zukunft einnehmen: Internet of Things, Künstliche Intelligenz und Blockchain. Dafür müssten die besten Kräfte gebündelt werden – bestes Beispiel dafür sei das 2015 ins Leben gerufene Zentrum Digitalisierung.Bayern, ergänzte der Präsident der Technischen Universität München Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Wolfgang A. Herrmann.

Dr. Frederik Pferdt, Chief Innovation Evangelist Google Inc. betonte, wie wichtig Kreativität für eine erfolgreiche digitale Transformation sei: „Technologie bringt uns in die Zukunft, aber die Kreativität der Menschen entscheidet letztlich, wie sie aussieht.“ Es sei die Aufgabe von Führungskräften, Raum für radikale Ideen zu schaffen und Mitarbeiter zu ermutigen, bestehende Prozesse infrage zu stellen. Viel öfter sollte die Frage „Was wäre, wenn...“ gestellt werden und die Antwort darauf nicht „Ja, aber...“, sondern „Ja, und...“ lauten – der Idee muss eine Chance gegeben und Weiterspinnen erlaubt sein. Denn aus „gescheiterten“ Einfällen lassen sich Lehren für die Zukunft ziehen; „Lernbereitschaft“, „Erfindergeist“ und „kreatives Selbstvertrauen“ sind die Basis einer erfolgreichen unternehmerischen Weiterentwicklung.

Mitbestimmung 1.0 reicht nicht aus für die Arbeitswelt 4.0

Mit Blick auf die Auswirkungen der digitalen Transformation auf die in Deutschland erfolgreich etablierte Sozialpartnerschaft waren sich die Teilnehmer einig: Überbordende gesetzliche Regelungen erschweren zunehmend den Diskurs zwischen Arbeitgebern und Gewerkschaften, ein hohes Maß an Bürokratie verschreckt Unternehmen wie Arbeitnehmer. Das Ziel muss sein, die Mitarbeiter zu „befähigen und zu berechtigen“, ihnen „Leitplanken“ und Rahmenbedingungen an die Hand zu geben. Mitbestimmung 1.0 reicht in einer Arbeitswelt 4.0 nicht aus, es ist mehr Agilität beim Mitspracherecht gefordert. All das unter Berücksichtigung der Tatsache, dass in den Fertigungshallen eine andere Mitarbeiterstruktur vorherrscht als in Start-ups, IT-Unternehmen oder der Managementebene. Um einer drohenden Spaltung zwischen der digital-affinen und der analogen Belegschaft vorzubeugen, ist der Auf- und Ausbau digitaler Kompetenzen in jedem Alter eine zentrale Aufgabe für Politik und Gesellschaft.

Technische und soziale Innovationen sind Zwillinge

Zum Abschluss der Veranstaltung erklärte Dr. h.c. Thomas Sattelberger, Initiative MINT Zukunft schaffen: „Wenn wir die digitale Transformation nicht packen, wird die Debatte über den sozialen Zusammenhalt zur Luxusdebatte.“ Digitale Transformation, Demographie und Bildung als zentrale Themen der nächsten

Dekade könne man nur mit einer „Digitalen Sozialen Marktwirtschaft“ begegnen. Hierbei könne Europa eine Vorreiterrolle einnehmen, erklärte Prof. Dr. Stephan Jansen von der Karlshochschule, da die Europäer Vielfalt gewohnt und in der Suche nach sozialen Innovationslösungen besonders geschult seien.

Pressekontakt

Mareike von Frieling
HeadlineAffairs
Rumfordstraße 5
D - 80469 München
T + 49. 89. 23 23 90 91
F + 49. 89. 23 23 90 99
vonfrieling@headline-affairs.de