

6.3 Digitalisierung im Unternehmen

Noch immer glauben Unternehmer, Digitalisierung sei ein Nischenthema, welches nur die interne IT- oder Marketingabteilung betreffe. Dem ist nicht so. Die Digitalisierung ist wie eine Operation am offenen Herzen. Sie erfasst das gesamte Unternehmen und nimmt keine Rücksicht auf bestehende Strukturen. Ob Abteilungen, Mitarbeiter oder Filialen sie alle müssen in den digitalen Prozess eingebunden werden. Das wird dazu führen, dass bisherige Funktionen und damit auch Arbeitsplätze wegfallen werden.

<p>6.1 Personalkonflikte</p> 	<p>6.2 Cyberattacken</p> 	<p>6.3 Digitalisierung im Unternehmen gelingt nicht</p> 
<p>6.4 Sie als Angestellter haben Angst vor der Digitalisierung</p> 	<p>6.5 Security</p> 	<p>6.6 Detektive Dienstleistungen</p> 
<p>6.7 Produktivpiraterie</p> 	<p>6.8 Abmahnungen verhindern</p> 	<p>6.9 Insolvenz vermeiden</p> 

Das bedeutet nicht zwingend, dass die Mitarbeiter ihren Job verlieren. Digitalisierung heißt nicht immer, dass Menschen immer durch Maschinen ersetzt werden. Vielmehr steht dieser Begriff für Fortschritt und Modernisierung. Im besten Fall können Mitarbeiter mit neuen Aufgaben versorgt werden, indem sie zuvor dafür qualifiziert wurden.

Zur Wahrheit gehört allerdings, dass Sie sich als Unternehmer nicht mehr aussuchen können, Teil der Digitalisierung zu werden. Sie haben gar keine andere Wahl. Sie müssen sich dieser Herausforderung stellen. Je eher, desto eher sind Sie Ihrer Konkurrenz voraus.

Deshalb ist es extrem wichtig, dass Ihre Mitarbeiter und Führungskräfte ein grundlegendes Verständnis für die digitale Transformation entwickeln. Das ist allerdings kein Prozess von Stunden oder Tagen, sondern ein kontinuierlicher über einen längeren Zeitraum. Es geht darum, die strategische Ausrichtung des Unternehmens ins digitale Zeitalter zu integrieren. Neben der technischen Umsetzung kommt es im Wesentlichen auf die Kommunikation an. Eine steigende Vernetzung führt dazu, dass die Erwartungen und Anforderungen an die Kommunikation steigen. Das gilt im Besonderen für den digitalen Auftritt in den Medien.

Eine Seite im Internet zu haben, reicht nicht mehr aus. Konsumenten verlangen nach hochwertigen Inhalten, ansprechenden Designs und einen Service, der einen echten Mehrwert für sie bietet. Dabei ist zu beachten, dass der Anschluss zu den bereits vernetzten Kunden nicht verloren gehen darf.

Durch diese Entwicklung findet nicht nur eine personelle und strukturelle Neugestaltung statt. Die kulturelle Ausrichtung nimmt eine entscheidende Position ein. Deshalb müssen alle Bereiche eines Unternehmens aktiv an der Schaffung einer neuen und digitalen Identität arbeiten. Am besten sofort. Denn unter Druck lässt sich selten ein gutes Ergebnis erzielen. Wer unter Druck handelt, entscheidet sich möglicherweise für eine falsche digitale Lösung, die dann nicht zum Unternehmenskonzept passt. Im schlimmsten Fall kann sie sogar geschäftsschädigend sein. Das gilt es zu verhindern. Zum einen, in dem Sie sich jetzt der Herausforderung stellen. Zum anderen, indem Sie sich externe Experten ins Boot holen, um Ihr Unternehmen fit zu machen. Diese Experten sind in der Lage, ein ganzheitliches und zukunftsorientiertes Digitalkonzept für Ihr Unternehmen zu erstellen.