



4.0 zwar zweistellige Prozentzahlen zur Produktivitätssteigerung realisiert werden“, so Sauer. Bei den regional weit verbreiteten werkstattorientierten Fertigungen sei bei der Einführung aber mit einem Zeitversatz

von etwa zehn Jahren zu rechnen. Diese Befürchtung hat auch IHK-Vizepräsident Hendrik Kampmann und warnte erst kürzlich im IHK-Ausschuss Industrie und Umwelt: „Industrie 4.0 darf nicht zu einer Domäne der Großunternehmen werden, sondern muss auch KMU erreichen“. Aktuell hätten deutsche Hersteller mit ihrem Know-how um industrielle Fertigungsprozesse und Steuerungselektronik zwar weltweit die Nase vorn. Das Potenzial der „Industrie 4.0“ müsse aber auf breiter Basis gehoben werden. Das würde für alle Betriebe einen Wettbewerbsvorteil bedeuten.

Bis dahin sehen die Unternehmen aber noch Hürden. Im IHK-Barometer betrachteten 57 % die hohen Investitionskosten, 50 % die Anforderungen an die IT-Sicherheit und 43 % die fehlenden technischen Standards und Schnittstellen bei der Hard- und Software als Haupthemmnisse.

Gerade beim Thema Datensicherheit ist die Unsicherheit in den Betrieben groß, denn: Zum einen können sich Betriebe mangels Wissen nicht ausreichend vor Datenklau schützen. Zum anderen scheuen sie aus Angst davor, vor weiterer Digitalisierung zurück – und verpassen Chancen. Damit sich das ändert, setzt hier die IHK-Beratung einen Schwerpunkt (S. 14).

Digital H@ndeln

Ohne externe Vernetzung geht es nicht mehr. Erst recht nicht im Handel, wo die Vernetzung mit den Kunden unter dem Stichwort „E-Commerce“ seit über einem Jahrzehnt gelebt wird und noch immer an Fahrt gewinnt. Mittlerweile haben die Betriebe gar nicht mehr die Wahl zwischen stationär und digital. Multichannel ist das Stichwort: Der Kunde wird jeweils über den Kanal beliefert, den er sich wünscht.



Prof. Dr. Oliver Thomas „Zentraler Bestandteil von Geschäftsmodellen“

*Institut für Informationsmanagement und Wirtschaftsinformatik,
Universität Osnabrück (s. Kongresshinweis auf S. 33)*

Die Digitalisierung verändert Wertschöpfungsketten und revolutioniert Geschäftsmodelle – sie ist im sprichwörtlichen Sinne eine neue industrielle Revolution. Als Nutzer moderner Informationstechnologien werden wir mit dieser Revolution sowohl im privaten als auch im beruflichen Umfeld konfrontiert. Vor rund 30 Jahren wurde die erste E-Mail versendet. Welche digitale Informationsflut daraus zum Teil geworden ist, wissen wir alle. Auch die starke Verbreitung mobiler Endgeräte und die Nutzung sozialer Netzwerke sind beste Beispiele für diese Revolution. Im wirtschaftlichen Umfeld verändern sich die Rollen der Unternehmen. Unternehmen müssen verstehen, dass sich die Rolle der Informationstechnologie in den letzten Jahren stark gewandelt hat. Es existieren kaum mehr Geschäftsprozesse, die nicht informationsgestützt ablaufen.

Die IT ist nicht nur für die Informationsversorgung in und zwischen Unternehmen zuständig oder ein „Enabler“ von Geschäftsmodellen – sie ist heute in vielen Fällen zentraler Bestandteil innovativer Geschäftsmodelle. Wenn Unternehmen dies erkennen, können sie durch IT einen erfolgreichen Wandel vollziehen: von einem regionalen Produzenten oder Dienstleister hin zu einem globalen Lösungsanbieter. Das Wissen um die wirtschaftlichen Potenziale und die organisatorischen Wirkungen des IT-Ansatzes rückt damit für Unternehmen in den Vordergrund. Einen wertvollen politischen Beitrag sehe ich vor allem im Breitbandausbau, dem mit der Digitalisierung verbesserten Schutz kritischer Infrastrukturen sowie der Verbesserung der Gründungsbedingungen für Internet-Startups. ■

Dass das nicht nur die großen Unternehmen können, zeigt z.B. der Artländer Pflanzenhof, ein regionaler E-Commerce-Pionier. Das Familienunternehmen aus Quakenbrück, das auf Nutzpflanzen wie etwa Obstbäume, Beerenobst oder Wildfruchtgehölze spezialisiert ist, vertreibt seine Ware seit 1999 konsequent über das Netz. Geschäftsführer Frank Müller hatte bereits zur Jahrtausendwende gemeinsam mit der IHK Unternehmen über die Chancen des Internet-Vertriebs informiert. „Heute wickeln wir einen Großteil unseres Umsatzes über unsere Website ab und nutzen gängige Instrumente wie youtube-Videos oder virtuelle 360-Grad-Touren zur Vermarktung“, erklärt Müller. Längst nicht alle Einzelhändler nutzen die Möglichkeiten so konsequent wie er. Die IHK will daher mit dem Top-Projekt „H@ndeln vor Ort“ die Wettbewerbsfähigkeit des Einzelhandels verbessern (S. 31). Apropos innovative Konzepte: „Deutschland – Land der Ideen“ und Deutsche Bank suchen gerade die innovativsten Projekte aus der digitalen Welt (s. S. 42). Und wer weiß: Vielleicht hat diese ja bald besonders viele Gesichter aus unserer Region. Zu wünschen wäre es.

Alle Infos: IHK, Frank Hesse, Tel. 0541 353-110 / hesse@osnabrueck.ihk.de ■