

# 5 DIGITALE THESEN

Seit mehr als zehn Jahren berät \_MEDIATE Unternehmer zur digitalen Transformation ihrer Firmen. Aus dieser Erfahrung – gepaart mit den Erkenntnissen aus der jährlichen Befragung zur Ermittlung der Transformationspioniere – ergeben sich fünf Thesen. Sie zeigen, dass viele beim Thema Digitalisierung Augenwischerei betreiben.

## 1. Die Transformation bringt in einer Branche nach 15 Jahren klare Gewinner und Verlierer hervor.

Schaut man sich an, wie in unserer Befragung die Unterschiede bezüglich des Fortschritts bei der Transformation bewertet wurden, zeigt sich: Während in allen Branchen die Heterogenität abnimmt, haben sich in der Medienbranche, die am längsten mit dem Wandel kämpft, die Unterschiede vergrößert. Je länger eine Branche also mit der Transformation beschäftigt ist, desto deutlicher zeigen sich die Gewinner und Verlierer.

## 2. Der Digitalisierungsdruck vom Kunden wird in B2B-Märkten nicht angenommen.

Oft hören wir Sätze wie „Unser Kunde wird immer lieber zum Telefon greifen, als eine E-Mail zu schreiben“. Dass dies nicht den Gewohnheiten der nachkommenden Generationen entspricht, sollte klar sein. Unterschätzt wird das Problem dennoch – und das doppelt. Zum einen, wenn es um die Sicherung von Kundenbeziehungen geht. Denn wer folgt wohl nach, wenn der alte Ansprechpartner in Rente geht? Und zum anderen bei der Neukundengewinnung: Die Chancen, durch die Transformation neue Kunden in bestehenden Märkten zu gewinnen, wurden als weniger relevant eingestuft als im Vorjahr.

## 3. Der Abstand zwischen dem eigenen Unternehmen und den Innovationsführern der Branche ist nicht klar – oder wird bewusst negiert.

„Uns geht es doch gut“, scheinen viele Unternehmer zu glauben. Kaum einer sieht bei sich akuten Nachholbedarf. Auch wenn die veraltete IT-Infrastruktur als höchste Hürde für die Transformation gesehen wird: Sorge vor mangelndem Vertrauen des Markts in die eigene digitale Kompetenz besteht kaum – ein deutlicher Widerspruch.

## 4. Die Interaktion mit Start-ups ist zwar ein beliebtes, aber wenig effektives Tool.

Besuche bei Start-ups sowie räumliche Nähe zu diesen sind in unserer Studie die Schlusslichter, wenn es um die wahrgenommene Effektivität von Maßnahmen zur Transformation geht. Kein Wunder: Ein Start-up-Mindset transferiert sich eben nicht durch das Besichtigen innovativer Büroräume.

## 5. Die Kultur ist der Schlüssel zur digitalen Transformation – und das mittlere Management ist der Schlüssel zur Veränderung der Kultur.

Es ist immer die „Kultur“, die dem Wandel zu einem modernen Unternehmen im Weg steht. Unsere Studie zeigt: Im mittleren Management sollte man den Kulturwandel beginnen – unter anderem durch eine möglichst deutliche Darstellung des Unterschieds zwischen dem eigenen Niveau und den Innovationsführern am Markt. Nur so können Sie einen plötzlichen Nutzungswandel auf Kundenseite parieren und als Expansionshebel nutzen. Um dann, wenn der Markt sich ausdifferenziert hat, zu den Gewinnern der Transformation zu zählen!



Die Gründerin und \_MEDIATE-Geschäftsführerin **Professor Dr. Katja Nettesheim** unterstützt Unternehmen dabei, digitale Umsätze zu steigern. Neben ihrer Professur für Digitales Management und Transformation an der School of Management + Innovation der Steinbeis Hochschule Berlin ist sie Aufsichtsrätin, unter anderem bei der DEAG Deutsche Entertainment AG und den Wirtschaftsbetrieben des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels. In ihrer Kolumne thematisiert sie ihre langjährigen Erfahrungen aus dem digitalen Wandel von Unternehmen.

