

## **Digitalisierung in den Köpfen verankern – am Beispiel eines mittelständischen Unternehmens**

*Peter Döppler*

*Wittenstein SE, Konzernleitung*

### **Einleitung**

*Deutsche Unternehmen sind seit Beginn der 2000er Jahre mit zwei entscheidenden technischen Veränderungen konfrontiert: Web 2.0 und Internet der Dinge. Die zunehmende Nutzung mobiler Endgeräte wie Smartphones und Tablet Computer sowie der Einsatz von Social Media im Unternehmensumfeld steigt stetig an (ACCI, BIT2). Aus diesen beiden Entwicklungen ergibt sich neben neuen technischen Möglichkeiten, auch ein Verhaltenswechsel der Mitarbeiter. Durch die verstärkte Anwendung von Social Media-Technologien innerhalb der Unternehmen werden die Mitarbeiter und ihre Vorgesetzten vor neue Herausforderungen gestellt.*

### **1 ‚Digitalisierung‘ im Unternehmen**

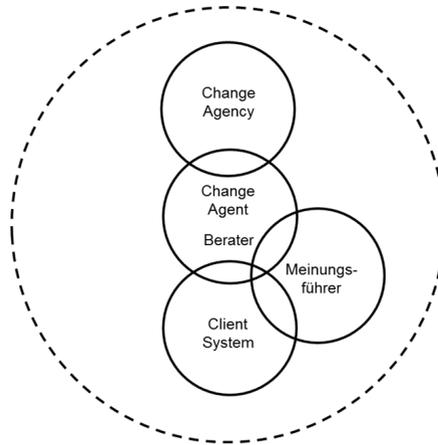
Viele Digitalisierungsmassnahmen in Unternehmen sind darauf ausgerichtet, Organisationsprozesse technologisch zu erneuern, effizient zu gestalten und dadurch kostensparende Wirkungen zu erzielen. Solche Programme sind u. a. ‚Industrie 4.0‘, das in großen Unternehmen mit aller Macht vorangetrieben wird (ING3), aber auch ‚Enterprise 2.0‘. Eine Studie der Unternehmensberatung Deloitte, attestiert dem deutschen Mittelstand, dass er den Großunternehmen insgesamt hinterherhinkt (DEL4). Während sich die Firmen noch mit genannten Programmen beschäftigen und die Adoptionsrate von ‚Enterprise 2.0‘-Werkzeugen stagniert, werden sie schon von weiteren technologischen und kulturellen Änderungen ‚überrollt‘ (SCH5).

Die Transformation von Prozessen hin zu Geschäftsmodellen funktioniert nicht mit den bisher verwendeten Methoden. Um die Mitarbeiter zu befähigen reichen reine Anwendungsschulungen, wie in der Vergangenheit gang und gäbe, nicht mehr aus (DGP6). Es muss ein digitales Selbstverständnis geschaffen werden.

### **2 Umsetzung in der WITTENSTEIN SE**

Die WITTESTEIN SE ist ein familiengeführtes Unternehmen aus der Maschinenbaubranche. 2100 Mitarbeitern sind in mehr als 40 Ländern weltweit beschäftigt und in Süddeutschland zählt sie zu den Vorreitern im Umfeld von ‚Industrie 4.0‘. Jetzt sollen neben der digitalen Produktentwicklung auch die Kollaborationsmöglichkeiten von Social Media genutzt werden.

Zur Verankerung des Themas ‚Digitalisierung‘ in den Köpfen der Unternehmensangehörigen, wird mit einem ‚Change Agent‘-Modell gearbeitet (ROG7). Der Aufbau ist in Abbildung 1 gezeigt. Hierbei gilt der Vorstand des Unternehmens als Change Agency.



**Abbildung 1: Soziales System als Basis für Diffusion**

Die Unternehmensangehörigen (Client System) werden über Workshops sowie durch Impulsbeiträge eines Weblogs mit den Möglichkeiten der Digitalisierung konfrontiert und sensibilisiert. Change Agent ist ein Mitarbeiter des Vorstandsstabs, der im Rahmen der Workshops affine Mitarbeiter als Berater ‚rekrutiert‘ und Meinungsführer identifiziert.

Das Vorgehen beruht auf Freiwilligkeit, d. h. kein Mitarbeiter wird gezwungen an den Workshops teilzunehmen bzw. das Weblog zu abonnieren. Damit sollen mögliche ‚Berater‘ und ‚Meinungsführer‘, als Multiplikatoren identifiziert werden. Als Plattform wurde in MS SharePoint der ‚Kanal Digital‘ installiert. Darüber organisieren sich Workshops der Titelreihe ‚Digital oder analog?!‘.

Abbildung 2 zeigt die Mitgliederentwicklung (Säulen = Zuwachs pro Zeitpunkt; Linie = kumulierte Darstellung im Zeitverlauf) des Programms über ein Jahr.

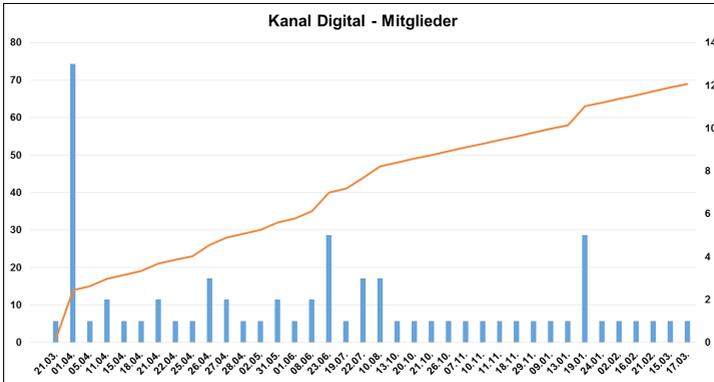


Abbildung 2: Mitgliederentwicklung

In Abbildung 3 wird der Jahresverlauf der Workshop-Teilnehmer dargestellt. In diesem Fall stellen die Säulen die Teilnehmer an den einzelnen Workshops dar, die Linie hingegen ist die kumulierte Teilnehmerentwicklung.

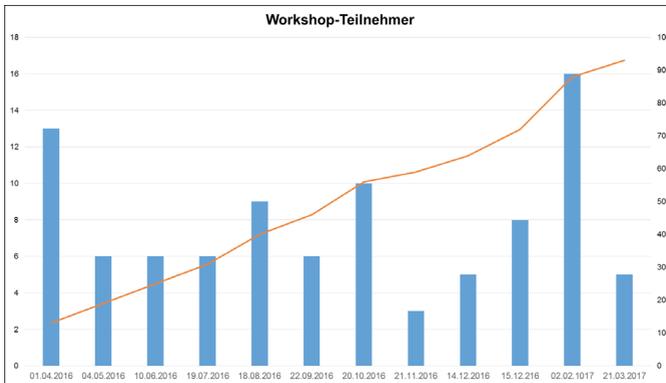


Abbildung 3: Mitgliederentwicklung

### 3 Ausblick

Zum jetzigen Zeitpunkt ist eine Stagnation der Neuanmeldungen auf der MS SharePoint-Seite ‚Kanal Digital‘ festzustellen, gleiches gilt für die Teilnahme an den Workshops. Die bisherigen Nutzer und Teilnehmer sind jedoch mit ungebrochener Begeisterung an den verschiedenen Themenstellungen interessiert. Um der Stagnation entgegen zu wirken sowie die Sensibilität für Digitalisierung breiter zu

---

streuen, werden weitere Kommunikationsmassnahmen ergriffen. Ein Konzept für die Installation einer unternehmensweiten Digitalisierungsstrategie ist im Entwurf und soll innerhalb der nächsten sechs Monate ausgerollt werden.

### **Literaturangaben**

- [ACC1] Accenture, Mobile Web Watch 2011 Deutschland, Österreich, Schweiz. Die Chancen der mobilen Evolution, 2011
- [BIT2] Bitkom, Social Media in deutschen Unternehmen, 2012
- [ING3] Ingenics AG, Industrie 4.0 – Wo steht die Revolution der Arbeitsgestaltung?, 2016
- [DEL4] Deloitte, Industrie 4.0 im Mittelstand, 2016
- [SCH5] Schmid, W., Warum Enterprise Collaboration 4.0®?, 2017, Online verfügbar unter: <http://goo.gl/jZW51B>
- [DGP6] Deutsche Gesellschaft für Personalführung, Leitfaden: Kompetenzen im digitalisierten Unternehmen, 2016
- [ROG7] Rogers, E., Diffusion of innovations, 2003