

Digital Business: Real war gestern?

Kennen Sie das Gros Ihrer Kollegen persönlich? Wissen Sie, wer bei Ihnen die IT administriert? Oder die Kundenhotline betreut? Verteilte Standorte und die zunehmende Virtualisierung wirken sich unter anderem auf die Unternehmenskultur aus. Man kommuniziert via Chat, Blog oder Instant Messaging. Wichtige Themen werden in Videokonferenzen besprochen oder einfach per Skype. Diverse Portale und Plattformen sorgen für die ausreichende Vernetzung aller Mitarbeiter, ob intern oder extern, und halten die Beteiligten stets auf dem neuesten Stand. Doch das Vier-Augen-Gespräch in der Kaffecke wird zunehmend zur Ausnahme. Ein geselliges Bierchen nach Feierabend? Über hunderte oder tausende Kilometer Entfernung ist das schlichtweg nicht möglich. Aber die Digitalisierung hält zusammen, was wirtschaftlich effektiv ist.

Unternehmen und ihre Mitarbeiter befinden sich gerade auf dem oft steinigen Weg von der realen in die virtuelle Welt. Mit allem, was dazu gehört: der Unternehmenskultur, den Kommunikationsstrukturen, dem Führungsverhalten, dem Verhältnis zu Kunden, anderen Unternehmen und zu externen Beteiligten. Die sozialen Medien brechen Hierarchien auf, verändern Prozesse und Entscheidungswege. Sie fordern aktive Beteiligung ein, setzen auf Effektivität, lassen Neues und Überraschendes zu und machen den Netzwerkgedanken zur Maxime.

Doch während sich die einen voller Begeisterung auf das Abenteuer des

digitalen Business einlassen, warnen Skeptiker vor Sicherheitslücken und Zeitfressern. Wo geht die Reise also hin? Fest steht, Social Media fördert die Vernetzung und den Dialog, auch über die eigenen Büroräumlichkeiten hinaus. Und ein intensiver Wissensaustausch fördert die Produktivität und die Wettbewerbsfähigkeit. Aber natürlich nur dann, wenn die IT-basierte Kommunikation sicher ist und sich an Richtlinien orientiert. Dann gelingt der interne Wandel, ein neues Wir-Gefühl entsteht, auch über virtuelle Kanäle – und die Digitalisierung kann nach außen getragen werden, d.h. Kunden und Interessenten werden mit einbezogen, reale Geschäftsmodelle durch virtuelle Angebote ergänzt und Informationen aus vielfältigen Quellen gesammelt und ausgewertet. Und dann? Dann sind Unternehmen mitten drin in der Transformation zu einem Digital Business.

Wie dieser Wandel gelingen kann, welche Wege es gibt und welche Erfahrungen andere Unternehmen mit der zunehmenden Digitalisierung bereits gemacht haben, lesen Sie in unserem Titelthema ab Seite 20. Und auch bei den 10. Stuttgarter Wissensmanagement-Tagen gehören Social Media, Enterprise 2.0 und der Wandel zum digitalen Business zu den Kongress-Schwerpunkten. Das vollständige Programm finden Sie unter www.wima-tage.de. Als Abonnent der Zeitschrift Wissensmanagement erhalten Sie bis zu 300 Euro Rabatt auf die reguläre Teilnahmegebühr.

→ Ihr Herausgeber



Oliver Lehnert

Oliver Lehnert