

# Digitalisierungs- Push durch Corona

VON FRIEDERIKE WELTER

Am 1. Juli hat Deutschland die EU-Ratspräsidentschaft übernommen. Gemeinsam mit den Regierungen in Portugal und Slowenien, die anschließend ab 1. Januar 2021 in der Ratspräsidentschaft hintereinander folgen, hat die Bundesregierung ein „Trioprogramm“ entwickelt, um in den kommenden 18 Monaten wichtige Themen kontinuierlich vorantreiben zu können. Dazu gehört auch der europaweite digitale Wandel. Auch auf nationaler Ebene wird die Förderung der Digitalisierung zukünftig eine deutlich wichtigere Rolle einnehmen als bislang. So sind im Konjunktur- und Zukunftspaket der Bundesregierung fünf Milliarden Euro für den Ausbau des 5G-Netzes vorgesehen.

Schließlich hat die Coronakrise deutlich gezeigt, welche Chancen mit der digitalen Transformation inzwischen in unserem Alltag verbunden sind: Durch die zeitnahe Digitalisierung von Prozessen und Geschäftsmodellen konnten viele Selbstständige und Unternehmer die Folgen des teilweisen Lockdowns abfangen. Dies gelang insbesondere in den unternehmensnahen Dienstleistungsbereichen. Auch der stationäre Handel intensivierte seine Bemühungen, Produkte und Dienstleistungen über digitale Plattformen anzubieten. In vielen Unternehmen konnten die Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen aus dem Homeoffice auf die Daten zugreifen.

Trotz der nationalen Grenzsicherungen fanden weiterhin Vertriebs- und Serviceaktivitäten mittels Videokonferenzen selbst im (außer-)europäischen Ausland statt. Zugleich haben aber auch viele Beschäftigte erkannt, dass die digitale Transformation nicht – wie oftmals befürchtet – ihren Arbeitsplatz bedroht, sondern diesen sichert. Diesen Schwung können die Unternehmerinnen und Unternehmer nun nutzen und prüfen, welche der in der Krise entstandenen digitalen Prozesse und Dienstleistungsangebote sie beibehalten und weiterentwickeln wollen.

Zwar haben bereits vor der Krise zwei Drittel der Unternehmen neue Technologien und digitale Geschäftsmodelle beobachtet; jedoch nur eine Minderheit diese tatsächlich proaktiv im eigenen Unternehmen umgesetzt.

Gründe, Digitalisierungsprojekte zu verschieben oder aufzugeben, gibt es viele: Zeitmangel aufgrund einer guten Auftragslage, Vorbehalte der Beschäftigten oder schlicht der damit verbundene Aufwand.

In der derzeitigen Pandemie zeigt sich aber gerade, dass viele mittelständische Unternehmen, gemeinsam mit ihren Beschäftigten und externen Partnern, durchaus in der Lage sind, kurzfristig die Digitalisierung erfolgreich umzusetzen – und damit ihr Unternehmen auch krisenfester und zukunftsorientierter zu machen. Es ist also gut möglich, dass – coronabedingt – aus der eben genannten Minderheit an Unternehmen, die sich der Digitalisierung öffnen, bereits eine Mehrheit geworden ist. Krisenzeiten sind nicht nur Zeiten der (oft unfreiwilligen) Marktbereinigung, sondern auch Zeiten des Ausprobierens und Herantastens – und dies scheinen viele mittelständische Unternehmen durchaus proaktiv für ihre zukünftige wirtschaftliche Entwicklung zu nutzen.



**Die Autorin ist Präsidentin des Instituts für Mittelstandsforschung Bonn und Lehrstuhlinhaberin für Betriebswirtschaftslehre an der Universität Siegen.**

*Foto: Privat*

**Die Kolumne erscheint in Kooperation mit der Katholischen Sozialwissenschaftlichen Zentralstelle.**