

Das Thema Digitalisierung ist gerade in der Corona-Zeit an vielen Stellen in den Mittelpunkt gerückt. Unternehmen haben sich zwangsläufig digital besser aufgestellt. Lässt sich darauf aufbauen oder müssen viele Produkte dieser Hauruck-Aktion neu gedacht werden?

Die Corona-Pandemie hat in vielen Firmen sicherlich die Grundlagen für eine weitere digitale Transformation gelegt, indem sie zahlreiche Vorbehalte und damit auch Barrieren gegenüber digitalen Lösungen abgebaut hat. Es ist aber ganz wichtig zu betonen, dass zum Beispiel die stärkere Nutzung von Videokonferenzen vom Home-Office aus an sich noch nicht zu einer echten digitalen Transformation führt. Manche Hauruck-Aktionen im Lockdown waren sicherlich notwendig, einiges davon war jedoch auch überflüssiger Aktionismus. Gleichzeitig ist es bei digitalen Lösungen üblich, dass zumindest Teile davon auch einmal neu aufgesetzt werden müssen. Viel wichtiger ist allerdings, dass Unternehmen nicht denken sollten, sie hätten sich erfolgreich transformiert, nur weil sie aufgrund der Pandemie einige interne Prozesse digitalisiert haben. Die Chancen für Innovation und Wachstum durch eine echte digitale Transformation und die Entwicklung ganz neuer Lösungen für Kunden werden oft weiterhin viel zu wenig genutzt.

Digitalisierung wird oft in einem Atemzug mit dem zweiten Schlagwort der Stunde genannt: Nachhaltigkeit. Gleichzeitig trägt die Digitalisierung mit ihrem riesigen Energieverbrauch über Endgeräte, Rechenzentren und Netzinfrastruktur zur Klimabelastung bei. Wie kann der Widerspruch aufgelöst werden?

Bisher werden Digitalisierung und Nachhaltigkeit in der Öffentlichkeit meist noch relativ unabhängig diskutiert. Auch viele Unternehmen haben spezielle strategische Initiativen gestartet, die sich der digitalen Transformation oder Sustainability widmen, aber nur ganz selten dem Zusammenspiel dieser zwei Megatrends. Der Energieverbrauch und die Emissionen durch digitale Produkte und Dienstleistungen stellen tatsächlich eine dunkle Seite der Digitalisierung dar. Es gibt beispielsweise Studien, wonach im Jahr 2040 die Speicherung und digitale Verarbeitung von Daten für 14 Prozent der CO₂-Emissionen weltweit verantwortlich sein soll. Gleichzeitig können digitale Lösungen aber auch positiv zur Nachhaltigkeit beitragen, indem Emissionen gesenkt werden. Zum Beispiel geht man davon aus, dass mit digitalen Lösungen die Suche nach Parkplätzen in Innenstädten deutlich reduziert und damit das Verkehrsaufkommen um mindestens zehn Prozent verringert werden kann. Im ersten Schritt ist es daher wichtig, dass sowohl Firmen als auch wir alle die positiven und negativen Wechselwirkungen von Digitalisierung und Nachhaltigkeit anerkennen.

Wer heute ein Unternehmen gründet, denkt Digitales und Nachhaltigkeit schon im Geschäftsmodell mit. Für bereits etablierte Unternehmen ist das Umdenken dagegen ein Kraftakt. Wo beginnt man überhaupt? Macht sich auch „ein bisschen“ digital und „ein bisschen“ nachhaltig bezahlt?

Digitalisierung und Nachhaltigkeit sind tatsächlich so omnipräsent, dass Start-ups fast automatisch daran denken. Allerdings widmen sich auch die meisten jungen Unternehmen diesen beiden Themen in aller Regel separat, ohne besonders auf deren Zusammenspiel zu achten. Etablierte Firmen stehen dabei häufig vor zusätzlichen Herausforderungen, weil sie den Transformationsprozess aus einer oft wenig digitalen und nachhaltigen Vergangenheit erfolgreich gestalten müssen. Dennoch sollten bestehende Firmen keinesfalls den Kopf in den Sand stecken. Vielmehr sind auch kleine anfängliche Schritte in Richtung von Digitalisierung und Nachhaltigkeit wichtig, weil sie an sich schon positive Wirkung zeigen und diese ersten Erfolge zusätzlich oft zu einer größeren Offenheit in der Organisation führen, diese Themen noch intensiver anzugehen. Idealerweise entsteht dadurch eine positive Dynamik und Begeisterung im Unternehmen und am Ende ein sich selbst verstärkender Kreislauf. Die ersten Schritte dahin sind nicht immer ganz einfach, aber es gibt mittlerweile einige Tools, die bei

einem systematischen Vorgehen helfen.

An welchen Stellen sehen Sie die größten Chancen für die Kombination aus Digitalisierung und Nachhaltigkeit?

Es lohnt sich in fast allen Bereichen, zumindest einmal über diese Chancen nachzudenken, gerade auch dort, wo Digitalisierung und Nachhaltigkeit bisher so gut wie keine Rolle spielen. Natürlich gibt es besondere Schwerpunkte. Zum Beispiel können die Betreiber großer Rechenzentren wie Google durch ein effizientes Datenmanagement große Vorteile erzielen. Da es dort um das Kerngeschäft geht, wird das Thema auch schon sehr aktiv adressiert. Das gleiche gilt für CleanTech-Start-ups, deren Geschäftsmodell sich auf digitale Anwendungen zur Steigerung der Nachhaltigkeit konzentriert. Grundsätzlich gilt, dass man stark interdisziplinär vorgehen sollte. Man kann die Kombination von Digitalisierung und Nachhaltigkeit, für die mittlerweile auch der Begriff „Digitainability“ genutzt wird, nicht einfach an eine Abteilung delegieren. Vielmehr sollten Firmen versuchen, die Potenziale für Innovation und Wachstum zu nutzen, indem sie das Thema ganzheitlich angehen.

Wie kann so eine ganzheitliche Lösung aussehen?

Es gibt eine ganze Reihe guter Beispiele in verschiedenen Branchen. Siemens hat beispielsweise eine Cloud-basierte Lösung für Energieeffizienz-Analysen entwickelt. Damit wird Kunden eine Möglichkeit zur integrierten Erfassung, Verarbeitung und Analyse großer Datenmengen unter Nutzung künstlicher Intelligenz geboten. Durch die Optimierung des Energieverbrauchs und die gleichzeitige Kostensenkung mithilfe einer intelligenten digitalen Lösung ist die erfolgreiche Umsetzung ein Beispiel für die Chancen, Digitalisierung und Nachhaltigkeit erfolgreich zu kombinieren. Da Siemens die Lösung nicht nur intern nutzt, sondern eben auch an Kunden vermarktet, zeigt diese Innovation die Wachstumschancen an der Schnittstelle von Digitalisierung und Nachhaltigkeit.

Wie wahrscheinlich ist es, dass Unternehmen auch ohne Investitionen in Digitalisierung und Nachhaltigkeit in Zukunft wettbewerbsfähig bleiben?

Aufgrund der herausragenden Rolle, die diese beiden Megatrends aktuell und in den kommenden Jahren spielen werden, haben fast alle Unternehmen kaum eine andere Wahl, als sich mit beiden Themenfeldern aktiv auseinanderzusetzen – und das ist noch vorsichtig formuliert. Es geht dabei nicht nur um Investitionen, sondern auch um große Chancen durch Innovation und Wachstum. Wenn einem Unternehmen sowohl Digitalisierung als auch Nachhaltigkeit jedoch egal sind, sollten sich die Verantwortlichen über mögliche aktuelle Geschäftserfolge freuen, so lange es noch geht – denn das Ende einer positiven Unternehmensentwicklung wird in solchen Fällen oft absehbar sein. Für die allermeisten Firmen gilt künftig: digital und nachhaltig – oder wenig zukunftsfähig. Oder auf Englisch auf den Punkt gebracht: digitainable or dead.

Digitalisierung und Nachhaltigkeit sind Kernthemen des Campus Symposium 2021. Wieso ist eine solche Veranstaltung eine gute Plattform, um über diese Themen zu diskutieren?

Viele Entscheider*innen müssen noch für die Relevanz der Kombination von Digitalisierung und Nachhaltigkeit sensibilisiert werden. Für diesen ersten wichtigen Schritt im Transformationsprozess ist ein Event wie das Campus Symposium eine hervorragende Plattform. Mit dem hybriden Veranstaltungskonzept bietet es gerade nach der Corona-Pandemie optimale Möglichkeiten, sich mit Experten vor Ort und auch digital zu vernetzen und auszutauschen. Ich freue mich sehr auf den Austausch und ganz besonders auf das Campus Symposium!

Prof. Dr. Ulrich Lichtenthaler ist Professor für Management und Entrepreneurship an der International School of Management (ISM) in Köln. Als Experte ist er regelmäßig als Keynote-Speaker, Executive Coach und freiberuflicher Berater zu Innovation, digitaler Transformation, künstlicher Intelligenz und neuen Geschäftsmodellen tätig.