



Gastbeitrag Dr. Markus Nini, Gründer und CEO von [ckju.net](http://ckju.net)

## Wirtschaft 4.0 – 3 Trends, die Unternehmen nicht verpassen sollten

Digitale Transformation, Big Data, Internet of Things oder Cyberphysical Systems – wer heute die Nachrichten liest, kann sich schnell im Buzzword-Dschungel verlieren. Doch hinter der vielbeschworenen *Wirtschaft 4.0* steckt deutlich mehr als nur die Digitalisierung oder Weiterführung der *Industrie 4.0*. Die Digitalisierung von Arbeitsprozesse spielt zwar auch hier eine wichtige Rolle, Tools und Modelle wie unternehmensübergreifende Kollaboration, Flexibilität und Agilität sowie teambasierte Wissensproduktion im Sinne der Knowledge Sharing Economy sind für moderne Unternehmen mindestens ebenso unverzichtbar. Dr. Markus Nini, langjähriger Organisationsberater und Gründer von [ckju.net](http://ckju.net), der moderierten Kollaborationsplattform für Unternehmen, erklärt die drei wichtigsten Potentiale der *Wirtschaft 4.0*, von denen besonders kleine und mittelständige Unternehmen profitieren können:



Quelle: [123RF](https://www.123RF.com) / [Rawpixel](https://www.Rawpixel.com)

### Wendiger Fuchs schlägt trägen Elefanten - Agilität statt Größe

Die Weiterführung des stationären Handels im Netz ist nur eine der Neuerungen, auf die sich Mittelständler einstellen müssen. So zeigt zum Beispiel das rasante Wachstum von Soundcloud, Wimbdü oder Airbnb gegenüber etablierten Unternehmen, dass bewährte Geschäftsmodelle nicht länger Garant für zukünftigen Erfolg sind. Waren bisher Umsatz, Mitarbeiteranzahl und verfügbares Kapital verlässliche Merkmale, um im Wettbewerb die Nase vorn zu haben, kann sich das mit der *Wirtschaft 4.0* ändern. Neue Technologien und kundenorientierte Produktion nach dem Pull-Prinzip bieten die Möglichkeit, in kürzester Zeit Impulse von einzelnen Kunden oder sogar ganzen Märkten zu bekommen. Mehr denn je wird



Zeit zum allesentscheidenden Faktor. Wettbewerbsfähiger sind nun Unternehmen, die schneller, agiler und spezifischer auf Trends, Dynamiken und Konsumenten reagieren als ihre Mitbewerber. Die Werkzeuge bilden hierfür Soziale Medien, Online-Communities, Data Mining aus Kundeninteraktionen oder direktes Kundenfeedback. Flexible, teambasierte KMU oder Startups mit flachen Hierarchien und kurzen Entscheidungswegen sind hier gegenüber den behäbigeren und komplexen Elefantenunternehmen im Vorteil. Erfahrung und Tradition kann sogar zur Last werden, wenn es darum geht, neue Ansätze umzusetzen.

### **Wissen durch Vernetzung - Coopetition statt Competition**

85 Prozent aller beruflichen Tätigkeiten in den USA und Europa werden in den nächsten Jahren ein umfangreiches Neu-Denken erfordern. Für Mitarbeiter reicht es nicht mehr aus, ein Produkt nur zu verstehen. Sie müssen auch untereinander kooperieren und ihr Wissen kreativ einsetzen. Das hat der bekannte Human-Resources Visionär Raymond Andrew Noe bereits vor einigen Jahren vorausgesehen und Recht behalten: Wissen und Wissensproduktion werden zu entscheidenden Wettbewerbsfaktoren. Alte Konzepte der passiven Wissensvermittlung durch gebuchte Workshops oder frontale Expertenvorträge weichen offeneren und aktiven Methoden wie Networking und Kollaboration. Denn Wissen wird hier nicht vermittelt, sondern gemeinsam durch Interaktion erarbeitet und produziert. Interne und branchenübergreifende Vernetzung durch Kollaborationsplattformen wie [ckju.net](http://ckju.net) ermöglicht es, gemeinsam Wissen schneller und nachhaltiger zu produzieren. Die organisationsübergreifende Vernetzung ermöglicht es zudem, neue Impulse von außen aufzunehmen und Unternehmen so innovativer und leistungsfähiger zu machen. Im Gegensatz zu Einzelunternehmen, die am Markt nur alleine als Spezialist agieren, können KMUs im Netzwerkverband durch ein wesentlich breiteres Leistungsspektrum an Marktmacht gewinnen. So kombinieren sie die Stärke der großen „Elefanten“ wie Marktzugang und Finanzkraft mit der Flexibilität von kleineren Unternehmen.

### **Mehrheit der KMU haben den digitalen Sprung noch vor sich**

Laut einer Umfrage der Deutschen Industrie und Handelskammer (DIHK) von 2015 glauben [94 Prozent](#) der Unternehmen, dass die Digitalisierung ihre Geschäfts- und Arbeitsprozesse immer stärker beeinflusst. Ob ein Unternehmen durch die Vorteile der Digitalisierung seinen Umsatz steigern kann, hängt in Deutschland immer noch von der Unternehmensgröße ab. Während [50 Prozent](#) der Big Player ein dickes Plus verzeichnen, erzielen lediglich 27 Prozent der Mittelständler in der Industrie höhere Erlöse. Best Practice Beispiele sind unter anderem die beiden Schokoladenmanufakturen Rausch und [Hallinger](#), die mit ihrem Multi-Channel-Ansatz den Sprung ins digitale Zeitalter erfolgreich gemeistert haben. Bei den meisten Klein- und Mittelbetrieben in Deutschland besteht allerdings noch erheblicher Aufholbedarf. Selbst 2015 hatten nur rund [61 Prozent](#) der mittelständischen Handelsunternehmen eine eigene Homepage; nicht einmal die Hälfte einen mobilen Auftritt und gerade mal ein Viertel nutzte Social Media-Kanäle. Wie schnell der digitale Dornröschenschlaf Unternehmen in Gefahr bringen kann, davor warnt das Forschungs- und Beratungsunternehmen [Gartner](#): Laut ihrer Prognose wird bis 2017 jedes vierte Unternehmen wegen „digitaler Inkompetenz“ seine derzeitige Marktposition verlieren.



## Fazit

Die Digitalisierung ist eine der Hauptkomponenten der *Wirtschaft 4.0*. Aber einfach nur einen Onlineshop zu eröffnen, um in der virtuellen Welt mitzumischen, greift zu kurz, um den Wandel nachhaltig und umfassend Rechnung zu tragen. Denn *Wirtschaft 4.0* bedeutet mehr als die Weiterführung der digitalisierten *Industrie 4.0*. Agilität und Kooperation sind ebenfalls Kernwerte, die den Paradigmenwechsel und das Umdenken in der Wirtschaft ausmachen. Insbesondere unternehmensübergreifende Kollaborationsplattformen, die Nutzung Sozialer Medien, Projektmanagement-Frameworks oder die direkte Kundenkommunikation bieten Möglichkeiten, von denen kleinere Unternehmen schnell und einfach profitieren können.

## Über den Autor



### **Dr. Markus Nini – Gründer und CEO, Knowledge-Sharing-Economist, Teamplayer**

Seine Karriere begann Nini als Unternehmensberater im Anlagen- und Maschinenbau sowie als Projektleiter in der Automobilindustrie. Es folgten Aufenthalte unter anderem in China, Brasilien und Indonesien, wo er als Operations Manager für Voith Paper Rolls die außereuropäische Expansion des Technologiekonzerns maßgeblich vorantrieb. Seit mehr als zehn Jahren ist er nun in der Unternehmens- und Organisationsberatung tätig, vorrangig für innovationsgetriebene Branchen wie Automotive sowie Anlagen und Maschinenbau. Markus Nini hat an der TU Wien über Teamentwicklung im Anlagenbau promoviert und studierte Organizational Behaviour am Birbeck College, University of London.

## Pressekontakt

Inga Mücke | Mashup Communications GmbH | [ckju@mashup-communications.de](mailto:ckju@mashup-communications.de) | +49.30.83211974