



DAS NEUE DIGITALE ARBEITEN

**Wie Remote Work weiter wächst,
was das Homeoffice jetzt besser
macht und wie mittelständische
Unternehmen davon profitieren.**

Die DIGITAL X Content-Plattform

**Authentisch.
Aktuell.
Abwechslungsreich.**

Die DIGITAL X – Europas führende Digitalisierungsinitiative startet die Wissensplattform für die Digitalisierung. Die volle Bandbreite an Lösungen zur Digitalisierung des Mittelstandes.



Sehen

Videos und Vlogs zur digitalen Transformation – wir zeigen die Gesichter der Digitalisierung



Lesen

Die digitale Innovationskraft der Wirtschaft in Fachbeiträgen



Hören

Podcasts mit Tiefgang und konkreten Lösungen

EDITORIAL

Warum wir nicht beim Homeoffice stehen bleiben dürfen

Was in vielen Unternehmen zu Beginn der Pandemie mehr Ausnahme als Regel war, entpuppte sich schnell als guter Weg, auch weiter produktiv zu sein: das Homeoffice. Die Umstellung vom Büro auf den heimischen Schreibtisch klappte meist mit wenig Anlauf. Diese Errungenschaft darf nicht darüber hinwegtäuschen, dass es damit in Sachen Digitalisierung getan ist.

Denn der Erfolg von Pionieren der Digitalisierung beruht auf einem Mix aus Offenheit, Innovationskraft und Beharrlichkeit – Stärken, die auch unsere mittelständischen Unternehmen traditionell auszeichnen. Das belegt der aktuelle „Digitalisierungsindex Mittelstand 2020/21. So haben 46 Prozent der befragten Unternehmen während der Corona-Krise ihre Geschäftsmodelle kurzfristig angepasst. Viele Mittelständler haben sich mit digitaler Unterstützung erstaunlich flexibel und resilient durch die Krise manövriert. Damit leistet das Virus in Sachen digitaler Transformation den nötigen Veränderungsdruck. Zumindest auf den ersten Blick.

Es alarmiert mich, wenn im Mittelstand der „mittlerweile sechs Jahre andauernde Investitionsaufschwung im laufenden Jahr ein jähes Ende findet“, wie die staatliche Förderbank KfW schreibt. Die Experten bilanzieren ein Investitionsminus von 37 Milliarden Euro. Dabei ist es so

wichtig, dass sich das New Normal nicht im Homeoffice erschöpft. Der Prozentsatz derer, die verstärkt in Zukunftstechnologien wie Data Analytics, Künstliche Intelligenz, Robotik, IoT oder in Plattformökonomien investieren wollen, bewegt sich zwischen 13 und 17 Prozent. Die Zahl derer, die solche Investitionen senken oder verschieben möchten, beträgt dagegen zwischen 32 und 40 Prozent. Das ist fatal. Denn diese Technologien entscheiden über die Wettbewerbsfähigkeit und ob der Mittelstand seine Erfolgsstory fortsetzen kann.

Wir sollten mit dem New Normal nicht allein unseren Status quo digital aufhübschen, sondern ein Better Normal anpeilen, das mit digitalen Geschäftsmodellen neue Optionen schafft. Data Analytics, KI oder das Internet der Dinge unterstützen Unternehmen dabei digitale Wertschöpfung zu erreichen. Damit digitale Zukunft des Mittelstands kein Lippenbekenntnis bleibt.



Hagen Rickmann
Schirmherr DIGITAL X
Geschäftsführer
Geschäftskunden
Telekom Deutschland
GmbH

IMPRESSUM

HERAUSGEBER

Telekom Deutschland GmbH

Landgrabenweg 151 · 53227 Bonn

Amtsgericht Bonn HRB 5919

Sitz der Gesellschaft: Bonn

Telefon: 0228/181-0 · www.telekom.com

REDAKTION (V.I.S.D.P.)

Florian Hückelheim (Solutions)

VERLAG

Solutions by HANDELSBLATT MEDIA GROUP GmbH

Toulouser Allee 27 · 40211 Düsseldorf

Coverfoto: Getty Images/EyeEm





Ballsportarena Dresden: Fehlerfreier Start mit modernster Technik.

DIGITALE TRANSFORMATION

„Technologie darf keine Hürde sein“

Der Mittelstand digitalisiert sich umfassend. Die Pandemie hat vielen Pionieren zusätzlichen Schwung gegeben: für mehr Remote Work und die Digitalisierung wichtiger Prozesse. Drei Unternehmen berichten über ihre Erfahrungen der vergangenen Monate.



Wo früher ausgedruckte Frachtbriefe in Plastikhüllen hingen, hängen nur noch die Hüllen - das Papier, das die Mitarbeiter noch lange zur Sicherheit ausgedruckt hatten, obwohl längst alle Dokumente bis zum Fahrer digital vorlagen, ist verschwunden. „Auch wenn sie sie nicht mehr brauchten, nutzten sie sie als Rückversicherung.“, sagt Ole Heemeyer, Prokurist und kaufmännischer Leiter beim Container-Logistiker EKB in Bremen und zuständig für die Digitalisierung des Unternehmens. Dann zwang die Pandemie auch die EKB-Logistik in Bremen dazu, alle Mitarbeiter ins Homeoffice zu schicken. Als sie nun teils wieder tageweise im Büro arbeiteten stellten sie fest: Es geht auch ohne die Ausdrücke an ihrer Wand.

2015 begann bei EKB die Umstellung von einem zu 100 Prozent auf Papier ausgeübten Geschäft – Rechnungen, Frachtbriefe und andere Dokumente – ausschließlich digital zu verarbeiten. Es ist ein Weg, den in Deutschland tausende Mittelständler bereits begonnen haben, dabei sind ihn zu gehen oder sich vorgenommen haben, ihn zu beschreiten. Die Pandemie ist dabei ungeplant zum Digitalisierungstreiber geworden, weil Unternehmen ihre Tätigkeit ohne schnelles Umschalten nicht hätten fortführen können. Einer der springenden Punkte dabei war es, die Mitarbeiter in die Lage zu versetzen, ihre Arbeit von jedem Ort auszuführen und nicht auf das Büro angewiesen zu sein.

„Das Versicherungsgeschäft im Unternehmensbereich ist nicht trivial und bedarf intensiver Beratung – auch digital.“

Florian Karle,
Geschäftsführender Gesellschafter
bei SÜDVERS

SÜDVERS: Schnell handlungsfähig bleiben

Florian Karle ist Geschäftsführender Gesellschafter bei SÜDVERS in Au bei Freiburg. Der international tätige Versicherungs- und Risikoexperte hat Erfahrungen mit Mitarbeitern, die nicht im Büro tätig sind. „Wir erleben in unserer Branche schon länger einen War for Talent und haben Mitarbeitern mit sehr langer Anreise schon vor über zehn Jahren ermöglicht, von zu Hause aus zu arbeiten“, sagt Karle. Die Pandemie aber habe es erfordert, ganz schnell handlungsfähig zu bleiben, wenn so gut wie kein Mitarbeiter mehr vor Ort ist.

Was ab Frühjahr 2020 folgte, war ein Sprint in der Digitalisierung, der massive Investitionen in neue Hard- und Software erforderte. „Wir waren zu Beginn der Pandemie technisch nicht so ausgestattet, dass die überwiegende Anzahl der Mitarbeiter ins Homeoffice gehen konnte“, sagt Karle. Rasch konnte mit Hilfe der Telekom die IT der Angestellten so umgestaltet werden, dass zum Beispiel die Rechner nicht mehr länger am Standort Au konfiguriert werden mussten, sondern vom Dienstleister direkt fertig eingerichtet an die Mitarbeiter gingen. Doch es ging nicht darum, das Gleiche nur an anderer Stelle zu tun, sondern das Geschäft anzupassen. Aus persönlichen Treffen wurden virtuelle Beratungen und Verhandlungen bis hin zum Abschluss. „Das Versicherungsgeschäft im Unternehmensbereich ist nicht trivial und bedarf intensiver Beratung“, sagt Karle. Die Vermittlung konnte schnell angepasst werden. „Aber beim Schadenfall ist der persönliche Kontakt weiterhin nötig.“

Saegeling Medizintechnik: Perfekter Start

Sicherheit in der IT und Reibungslosigkeit in Abläufen beschäftigen auch Uwe Saegeling, Geschäftsführer von Saegeling Medizintechnik in Heidenau bei Dresden. „Unsere Warenwirtschaftssystem und andere Abteilungen sind schon lange voll digitalisiert“, sagt Saegeling. Dem Unternehmen ist es gelungen, binnen kürzester Zeit die Abläufe in den drei Geschäftsfeldern während der Pandemie fortzuführen. Neben dem Vertrieb und der Betreuung von komplexen medizinischen Geräten beschäftigt sich Saegeling mit einem Softwarebüro und ist Eigner der Ballsportarena in Dresden, in der unter anderem die Spiele des Handballclubs HC Elbflorenz ausgetragen werden.

„Diese Arena haben wir von Anfang an mit Technikern der Telekom geplant und es ist etwas eingetreten, was bei Einführung von neuer Technik selten ist: Sie hat vom Start weg fehlerfrei funktioniert“, schwärmt Saegeling. Möglich wurden modernes Ticketing, Einlasskontrollen und eine leistungsstarke Übertragungstechnik, damit die Spiele in der Halle den Anforderungen der Sender entsprechend live gestreamt werden können.

Es ist etwas passiert, was bei Einführung von neuer Technik selten ist: Sie hat vom Start weg fehlerfrei funktioniert.

Uwe Saegeling, Geschäftsführer von Saegeling Medizintechnik

EKB-Bremen: Sämtliche Prozesse digitalisiert

Die Container, die EKB-Bremen weltweit verschifft, kann Ole Heemeyer natürlich nicht digital versenden – aber sämtliche Prozesse von Auftragseingang, Erstellung eines Frachtbriefes, Abwicklung beim Transport hin zur Erstellung von Rechnung vollständig digitalisiert. Ein langwieriger, teils schmerzhafter Prozess, der während der Pandemie aber nochmals vorangetrieben wurde.

Wichtig sei, dass sich so ein Wandel nicht einfach im Unternehmen anordnen lasse. „Da haben wir viel gelernt“, sagt Heemeyer. Heute werden vor jedem neuen Schritt der Digitalisierung von Beginn an die Mitarbeiter, auf deren Tätigkeit das Auswirkungen hat, einbezogen, um optimale Prozesse zu erstellen.

Und noch ist viel zu tun, sagt Heemeyer. Fehlende Standards machten auch die Arbeit für ein vergleichsweise kleines Logistikunternehmen wie EKB schwierig. Dass es noch immer keine gäbe, liege auch am Wettbewerb der großen Player am Markt. „Wer die Standards setzt, hat Macht“, sagt Heemeyer. Er hoffe dennoch auf eine Zukunft mit strukturierten Daten, die Prozesse vollständig vom Auftragseingang bis zum Rechnungseingang automatisieren würden. Dann kann auch die Wand im Büro in Zukunft leer bleiben.

Fehlende Standards machen die Arbeit mühsam. Denn wer die Standards setzt, hat die Macht.

Ole Heemeyer,
Prokurist und kaufmännischer Leiter
beim Container-Logistiker EKB

INTERVIEW

Ein Mix aus Büro und Homeoffice wird sich durchsetzen

Viele Mitarbeiter im Homeoffice bedeutet neue Verhältnisse in Unternehmen. Das erfordert neue Regeln, meint Achim Berg, Chef des Digitalverbands Bitkom.



Herr Berg, während der Pandemie forderte Ihr Verband Bitkom, Unternehmen und Behörden auf, großzügige Regelungen bezüglich Homeoffice einzuführen. Sind die auch nach der Pandemie sinnvoll? Und wenn ja – sollte der Gesetzgeber eingreifen?

Seit Corona arbeiten wir alle flexibler, das wird die neue Normalität in der Arbeitswelt prägen. Jeder fünfte Berufstätige würde gerne umziehen, wenn er in Zukunft größtenteils im Homeoffice arbeiten könnte, um dann mehr im Grünen oder näher bei der Familie und Freunden zu sein. Darauf muss die Politik nun reagieren, die gesetzliche Ruhepflicht von 11 Stunden abschaffen und die tägliche durch eine wöchentliche Höchstarbeitszeit ersetzen.

Und bei den steuerlichen Erleichterungen für die Arbeit im Homeoffice sollte die Bundesregierung noch eine Schippe drauflegen. Wer permanent zu Hause arbeitet, kann derzeit nicht mal 2,50 Euro pro Tag pauschal absetzen. Da wird sich so mancher schon wegen der Pendlerpauschale auf den Weg ins Büro machen, und das kann auch verkehrs- und klimapolitisch nicht gewollt sein. Jede fünfte Tonne CO2 können wir in Deutschland durch die Digitalisierung einsparen, und die Arbeit im Homeoffice kann dazu viel beitragen.

Sie gehen davon aus, dass die Pandemie die Digitalisierung vorangetrieben hat. Was sind die entscheidenden Faktoren?

Größere Digitalisierungsvorhaben wurde aufgrund der unsicheren Lage leider oft gestoppt, aber um den Betrieb am Laufen zu halten und schnell reagieren zu können, haben im letzten Jahr viele Unternehmen doch einiges investiert. Egal ob es um mobiles Arbeiten, das schnelle Aufbauen eines Webshops oder Anpassungen der Supply Chain ging, ich muss mich doch im Management spätestens jetzt fragen, was ich weiter daraus machen kann.

Ist die Quote beim mobilen Arbeiten ein Indiz für den Digitalisierungsgrad eines Unternehmens?

Wenn Prozesse digital verfügbar, aber nicht integriert oder Kollaborationstools vorhanden sind, aber sich niemand traut, wirklich offen konstruktiv Themen zu diskutieren, dann ist noch nicht viel gewonnen. Genau deshalb muss sich jetzt jedes Unternehmen überlegen, wie die logischen nächsten Schritte aussehen.

Gleichzeitig monieren Sie, dass längst nicht alle Unternehmen in der Lage sind, zu digitalisieren. Woran hapert es?

Digitalisierung ist primär ein fachliches Thema und erst danach ein technisches. Es gibt eine Vielzahl an guten technischen Lösungen, hier ist es eine Frage der

finanziellen Mittel und der verfügbaren Infrastruktur. 90 Prozent der Unternehmer und Manager sehen in der Digitalisierung vornehmlich Chancen, und das ist eine gute Nachricht.

Fachlich liegt viel an der Führung. Wie führe ich erfolgreich ein diverses, remote arbeitendes Team im partnerschaftlichen Miteinander.

Laut einer Umfrage von Bitkom möchte die Mehrheit der Angestellten zukünftig wieder im Büro arbeiten mit einem festen Arbeitsplatz. Ist das ein Bremsfaktor in der Digitalisierung der Wirtschaft oder nur ein Nebenkriegsschauplatz?

Wer beruflich per Videocall erreichbar ist, macht derzeit im Durchschnitt acht Anrufe am Tag. Sieben sind beruflich, einer erfolgt rein privat. Die tägliche Zeit vor dem Bildschirm ist durch Corona von durchschnittlich acht Stunden auf 10,4 Stunden gestiegen.

Ich persönlich finde das auf Dauer anstrengend. Und mir fehlen vor allem die ungeplanten, spontanen Gespräche, die wir virtuell noch nicht so gut ersetzen können. Aus meiner Sicht wird sich – wo möglich – ein Mix aus Homeoffice und Büroarbeit durchsetzen.

LEADERSHIP

Führungskräfte sollen Sinnstifter sein

Wie Mitarbeiterführung aus der Ferne gelingt, was dabei zählt und was Entscheider lieber unterlassen sollten, erläutert **Professorin Claudia Peus** in einem Gastbeitrag.

Die Verlagerung der Arbeit ins Homeoffice geht für viele Führungskräfte mit einem (gefühlten) Kontrollverlust einher. Das Bestreben mancher Entscheider, die Kontrolle über Telefonate oder gar verbotene Spy-Software wiederzuerlangen, enthüllt die Grundannahme, Menschen seien nur durch Kontrolle zu Leistung anzutreiben. Angefacht wird eine solche Haltung durch Managementtheorien wie die „Principal Agent Theory“ oder das Modell vom „Homo oeconomicus“.

Eine Studie der Wertekommission und der Technischen Universität München mit über 500 Führungskräften identifizierte, worauf es beim Führen wirklich ankommt: Vertrauen. Damit es entstehen kann, braucht es Regeln, im Homeoffice oft explizitere als im Büro. Führungskräfte müssen kommunizieren, was sie erwarten – einen offenen Umgang bei Problemen beispielsweise – und was sie gerade nicht erwarten, zum Beispiel ständige Verfügbarkeit im Homeoffice. Gleichzeitig sollten Führungskräfte die Erwartungen ihrer Mitarbeitenden an sie kennen, um unrealistische Annahmen auszuräumen.

Um den Abgleich mit der Realität geht es auch im Feld neuer Technologien: Gute Entscheider kennen die neuesten Entwicklungen und können bewerten, welche Implikationen diese für ihr Unternehmen haben. Einblicke in die neueste Forschung, vertiefte Weiterbildung aber auch Themen-Plattformen und ein intensiver Austausch mit Kollegen aus Wissenschaft und Industrie sind hierfür besonders nützlich.

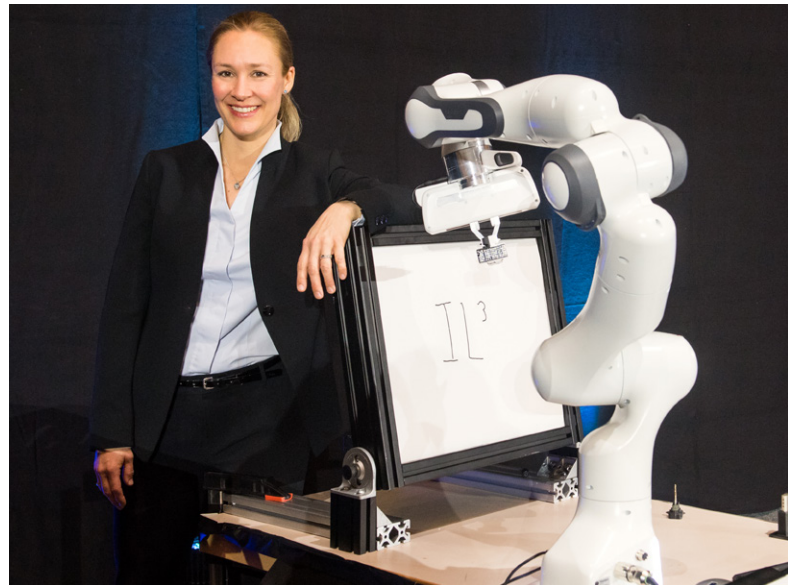
Technik versus Grundbedürfnisse

Bei allem Wandel: Die psychologischen Grundbedürfnisse sind unverändert. Menschen wünschen sich Kontrolle und Autonomie, Transparenz und Fairness, Vertrauen und Sicherheit, Anerkennung und Wertschätzung sowie Sinnstiftung. Werte bieten Orientierung, vor allem in krisenbelasteten Situationen. Sie

zu verletzen, verändert die Beziehung zwischen Führungskräften und Mitarbeitenden.

Was es braucht, ist die aufrichtige Beschäftigung mit dem Menschen. Die Auseinandersetzung mit Erkenntnissen aus Psychologie oder Soziologie bildet die Basis. Auch die Beschäftigung mit Werken aus Kunst und Literatur verspricht viel. Denn sind nicht Klassiker wie „Nathan der Weise“, in dem die Frage nach der (religiösen und kulturellen) Toleranz aufgeworfen wird, oder Karl Poppers „Die offene Gesellschaft und ihre Feinde“ heute aktueller denn je?

Führungskräfte sind besonders im Wandel gefordert, als Sinnstifter zu agieren und das Warum der Veränderungen zu transportieren. Die Forschung zeigt, dass Mitarbeitende bereit sind, auch für sie unvorteilhafte Entscheidungen mitzutragen, wenn der Entscheidungsprozess als fair empfunden wird und sie aufrichtig und wertschätzend behandelt werden. Denn das Handeln in Krisenzeiten entscheidet nicht nur über die Mitarbeiterbindung von heute, sondern auch über die Beziehung zu Mitarbeitenden als Netzwerkpartner in Zukunft.



Prof. Dr. Claudia Peus ist Professorin und Vizepräsidentin der Technischen Universität München und Gründungsdirektorin des TUM Institute for Life Long Learning. Sie forscht unter anderem zu Führung und Führungskräfteentwicklung im digitalen Zeitalter.

BESSER ARBEITEN

Mit diesen Tipps gelingt das Homeoffice

Viele Mitarbeiter, aber auch ganze Unternehmen, mussten in der Pandemie lernen, aus dem Homeoffice heraus produktiv zu arbeiten. So haben sie es geschafft.

Datensicherheit ist oberste Maxime

Wer im Homeoffice Computer und Telefone nutzt, die ihm nicht vom Arbeitgeber gestellt aber mit dem Firmennetzwerk verbunden werden, sollte besonderen Wert auf eine sichere Verbindung und hohen Virenschutz legen. Parallel müssen die Unternehmen die Bandbreite für mehr Zugriffe per Virtual Private Network (VPN) verkraften und ihrerseits sicherstellen, dass die Nutzung privater Geräte nicht die Sicherheit gefährdet. Dasselbe gilt auch für Firmen-Laptops. Versäumte Sicherheitsupdates werden schnell zur Gefahr. Das digitale Schutzpaket der Telekom kann da helfen, sich sicher zu sein, dass das Homeoffice keine Gefahr darstellt.

Fit bleiben

Mitarbeiter, die plötzlich am Küchentisch auf einer Bank arbeiten statt an einem ergonomischen Büroarbeitsplatz, sollten darauf achten, Beschwerden vorzubeugen. Bewegung ist auch im Homeoffice wichtig. Öfter aufstehen, lange Sitzphasen vermeiden und etwa beim Telefonieren stehen sind wesentliche Pfeiler, um schmerzhaften Nebenwirkungen des Homeoffice entgegenzuwirken. Des Weiteren sind Lüften und bewusste Pausen empfehlenswert.

Förderungen beantragen

Es gibt Förderprogramme, die Zuschüsse oder Darlehen an Unternehmen vergeben. Die beiden wichtigsten sind die bundesweiten Programme „Digital Jetzt“ und „go-digital“. „go-digital“ ist ein Förderprogramm, welches Beratungsleistungen fördert. Das heißt, wenn ein kleines Unternehmen ein Beratungsunternehmen beauftragen möchte mit Beratungen rund um IT, Digitalisierung und so weiter, dann hat das Unternehmen die Möglichkeit, sich die Kosten für bis zu 20 Bertartage mit dem Förderprogramm zu teilen. Einige Bundesländer fördern auch Homeoffice-Arbeitsplätze.

Die richtigen Tools in der Cloud

Kooperation und Kollaboration – die Teamarbeit von Kollegen, die sich nicht physisch begegnen, erfordern besondere Tools: Ein umfassender Werkzeugkasten ist Microsofts 365 – One Drive for Business. Dokumentenverwaltung, Kommunikation, Projektplanung – alles aus einer Hand und mit den Anforderungen der DSGVO konform. Pakete für Unternehmen unterschiedlicher Größe tragen den verschiedenen Ansprüchen Rechnung.

Gesund essen

Mitarbeiter, die plötzlich weder das Frühstücksbrotchen noch das Mittagessen in der Kantine einnehmen, müssen sich auch bei so etwas Fundamentalem wie dem Essen im Homeoffice neu einrichten. Wichtig, so Experten wie Klaus Velten, der fünf Kochschulen in Deutschland betreibt, sei es vor allem, den Lebensmitteln einen hohen Stellenwert zu geben, frische Produkte zu verwenden und sich Zeit zu nehmen. Dafür lieber größere Mengen kochen und portionsweise einfrieren.

Stark bleiben

Es ist unstrittig, dass der oft ungeplante und überraschende Umzug ins Homeoffice die Mitarbeiter psychisch belastet. Die Resilienz-Beraterin Corinna Slawitschka weist auf grundlegende Dinge wie ausreichend ruhigen Schlaf hin, wenn es darum geht, genügend Kräfte zu sammeln, um Ausnahmesituationen zu bewältigen. Ausreichend Wasser zu trinken und Pausen auch zu nutzen, sind weitere Grundlagen. Dazu kommt, dass Struktur hilft, nicht unterzugehen: Bei der Pomodoro-Technik geht es etwa darum, Zeiträume wie 25 oder 50 Minuten zu stoppen, in denen konzentriert gearbeitet wird, um danach Pausen von fünf bis zehn Minuten sehr bewusst zu nutzen.

48%

Über 48% aller Befragten wollen auch nach der Pandemie so viel von zu Hause aus arbeiten wie während der Pandemie
Quelle: statista.com

2013

stellte iRobot in Zusammenarbeit mit Cisco bereits den Ava500 Collaboration Robot vor, der selbststeuern mit Kamera und Monitor ausgerüstet dorthin fuhr, wo eine Telefonkonferenz benötigt wurde. Er schaffte nie Marktreife.

4%

betrug der Anteil der im Homeoffice Beschäftigten in Deutschland vor der Pandemie – im April 2020 schoss die Zahl auf 27 Prozent
Quelle: Hans-Böckler-Stiftung

75%

75% aller 2000 Befragten im Auftrag der DAK sehen die mangelnde persönliche Komponente als den entscheidenden Nachteil des Homeoffice. Der Kontakt zu den Kollegen, von Angesicht zu Angesicht ist Mitarbeitern also extrem wichtig.
Quelle: statista.com

Remote Work in Zahlen

18%

18% derjenigen, die mobiles Arbeiten nutzen, taten dies 2020 im Homeoffice – 22 Prozent hingegen bei Kunden und Kundinnen und 19 Prozent auf Geschäftsreisen und das Gros – 36 Prozent in allen Formen.
Quelle: statista.com

65%

65% der Deutschen zwischen 16 und 74 Jahren haben im vergangenen Vierteljahr ein Videotelefonat geführt, berichtet die EU-Statistikbehörde Eurostat. EU-Spitzenreiter ist Zypern mit einer Quote von 85 Prozent.

5 Mio.

TONNEN CO₂

5 Millionen Tonnen CO₂ können laut einer Studie von Greenpeace jährlich reduziert werden, wenn 40% aller Beschäftigten 2 Tage die Woche im HO sind.
Quelle: tagesschau.de

80%

80% der Belegschaft könnte theoretisch laut 800 Personalleitern im Homeoffice arbeiten – vor der Pandemie galt das laut diesen Entscheidern nur für 20 Prozent
Quelle: statista.com

Pendeln ist für viele Angestellte ein Störfaktor, weswegen 68% von mehr als 2000 Befragten angaben, dass der Wegfall des Wegs zur Arbeit für sie einen Gewinn an Zeit bedeutet.

Körpergröße ist laut vielen Studien ein Faktor bei Erfolg in der Arbeit. Bei Konferenzen kommen groß gewachsene Menschen häufiger zu Wort. Dank Videokonferenzen wird dieser Unterschied aufgehoben laut Forschern aufgehoben.



Blick auf die neue Content-Plattform digital-x.eu

Die Wissensplattform für Digitalisierung im Mittelstand

Die DIGITAL X, Europas führende Digitalisierungsinitiative, startet mit ihrer Community-Plattform. Damit finden viele Beiträge und Hilfestellungen zu wertvollen Geschäftsthemen ein neues Zuhause, das dem Anspruch der DIGITAL X gerecht wird - das Wissen zur Digitalisierung im deutschen Mittelstand vermehren und die digitale Transformation nachhaltig zu stärken.

Die Struktur von Schiefer mittels 3D-Druck auf Porzellan bannen, mit Hologrammen in Geschäften die Funktion von espressomaschinen oder Duschköpfen präsentieren - die Digitalisierung bringt zahllose Lösungen und Innovationen hervor. Sie wird, so Investor Frank Thelen, die Geschichte in den kommenden 10 Jahren stärker verändern als sie sich in den vergangenen 100 gewandelt hat. Geschichten von Unternehmern, Gedanken zur Transformation, praktische Tipps zum Einsatz neuester Technologien – all das finden Unternehmer, die die nächsten

Schritte in der Digitalisierung gehen wollen, nun an einem einzigen Ort.

Die DIGITAL X-Community-Plattform (digital-x.eu) zeigt ab sofort die Geschichten und Gesichter erfolgreicher Digitalisierung. Sie vernetzt Firmen miteinander und bietet Unternehmern und Fachentscheidern konkrete Anknüpfungspunkte für ihr Business. Sie informiert über kleine und große Zusammenhänge in der Transformation.

Abwarten ist schließlich keine Option, denn der technologische Wandel kennt keine Pausen. Und nie zuvor hat eine Transformation so viele Branchen zur selben

Zeit erfasst. Und nie zuvor haben sich Entscheider so vielen Informationen, Angeboten und neuen Bedürfnissen – bei Kunden und Mitarbeitern – gegenübergesehen. Was in dieser unübersichtlichen Lage fehlte, war nicht selten eine ordnende Hand, ein Ort, der Wissen sammelt und zeigt, wie andere die veränderten Bedingungen meistern.

Smarte Wertschöpfung zeigen und begleiten

„Digitale Technologien wie Data Analytics, KI oder das Internet der Dinge unterstützen Unternehmen dabei, ihr Geschäft um

NACHGEFRAGT

„Alles auf Augenhöhe“

digitale Wertschöpfung zu ergänzen, ihre Produktion zu automatisieren oder ihre Produkte mit Softwareangeboten zu veredeln“, sagt Hagen Rickmann, Geschäftsführer Geschäftskunden Telekom Deutschland und Schirmherr der DIGITAL X. „Unsere Aufgabe ist es, ihren Weg zu innovativer, smarter Wertschöpfung bestmöglich zu begleiten. Mit unserer Kompetenz, unserem Verständnis von Verantwortung und natürlich mit Initiativen wie der DIGITAL X.“

Die exklusiven Beiträge der neuen Plattform behandeln die relevantesten Digitalisierungsthemen – ehrlich, kritisch und fachlich versiert. Das DIGITAL X-Magazin zeigt die digitale Innovationskraft der deutschen Wirtschaft und bringt die besten Ansätze aus Unternehmen, Verwaltung und Bildung zusammen. Die volle Themenbreite der digitalen Transformation wird in Erfolgsgeschichten aufgezeigt. Inspiration trifft auf Tiefgang und bietet konkrete Lösungen in klugen Beiträgen, Podcasts und Videos.

Exklusive Inhalte und Coachings

Mit „My DIGITAL X“ bietet die Plattform jedem User zudem ein eigenes Profil mit allen Vorteilen. Mit nur einem Login öffnet sich für sie die DIGITAL X-Welt zu Events, Insights, Networking, exklusiven Podcast- und Videoformaten sowie Studien und White Papers, die das Digitalisierungswissen von Entscheidern vertiefen. Kombiniert mit dem neuen DIGITAL X-Newsletter und den Coachings der DIGITAL X Business University ergibt sich so eine hochwertige Mischung, die ihresgleichen sucht.

Die Digitalisierung von heute und die Technologien von Morgen vereint zum Nachlesen, Nachhören, Anschauen und Mitgestalten an einem Ort: Das ist die neue DIGITAL X-Community-Plattform.

Registrieren Sie sich jetzt unter
www.digital-x.eu

Die 2018 gegründete Digitalisierungsinitiative DIGITAL X erhält ein eigenes Content-Portal. Im Gespräch erläutert Michael Looschen, Vice President Marketing B2B Telekom Deutschland, wie Mittelständler dort zu Wort kommen und wie Wissensvermittlung on demand und live funktioniert.



Herr Looschen, die DIGITAL X erhält ein eigenes Content-Portal. Wie „magenta“ sind die dortigen Inhalte?

Es geht auf dem Portal nicht um die Deutsche Telekom, sondern um die Digitalisierung. Die Inhalte haben zum einen die Erfahrungen und Erkenntnisse unserer Partner und Kunden mit der digitalen Transformation im Blick. Zum anderen geht es uns darum, mit der DIGITAL X Wissensvermittler zu sein und dadurch die Digitalisierung in Deutschland voranzutreiben.

Der Gedanke des Austauschs und des Netzwerks steht bei der Initiative stets im Mittelpunkt. Wie spiegelt sich das im Portal wider?

Wir zeigen, wie mittelständische Unternehmen erfolgreich die Digitalisierung für sich nutzen. Vom Kleinstbetrieb bis zum gestandenen Mittelständler ist alles dabei: jede Woche eine neue Erfolgsgeschichte. Denn wer zum Beispiel einen Online-Shop einrichten oder ein komplexes Produktionssystem digitalisieren will, guckt am liebsten darauf, wie andere es machen.

Wer kann seine Erfolgsgeschichte teilen?

Wir sind offen für alle, die interessante, spannende Themen haben. Was zählt, ist, wie Unternehmen Technologie einsetzen, um bestimmte Herausforderungen zu bewältigen. Dafür schauen

wir nicht nur auf unsere Kunden, sondern auch in das Netzwerk und das Ecosystem der fast 500 internationalen DIGITAL X-Partner und auf alle Unternehmen, die ihre digitale Transformation aktiv gestalten.

Wer profitiert von den Inhalten auf der Plattform, Entscheider oder Mitarbeiter?

Es ist wie bei der Digitalisierung: Es geht nicht allein. Wir liefern in den Erfolgsgeschichten spannende Infos für Unternehmer und auch für alle Mitarbeiter, die an der Umsetzung einer Lösung beteiligt sind.

Hinzu kommt das Angebot der „Business University“.

Die offene Vermittlung von Wissen ist unsere zweite Säule: Für alle Unternehmen in Deutschland werden wir unterschiedlichste Inhalte on demand und live auf der Plattform anbieten – von Tipps für eine bessere SEO-Auffindbarkeit bis hin zur Erklärung, wie ein 5G-Campus funktioniert. Die Verknüpfung von Wissen aus der Praxis und wissenschaftlichen Fakten kommt dabei voll zur Geltung. Alles auf Augenhöhe, alles kostenlos – ganz im Sinn unserer Initiative.

Vielen Dank für das Gespräch