

„Müssen Digital-Enthusiasten werden“

Jan-Arne Gewert sprach bei einer Online-Veranstaltung des Wirtschaftsrates der CDU über notwendiges Umdenken in der Krise

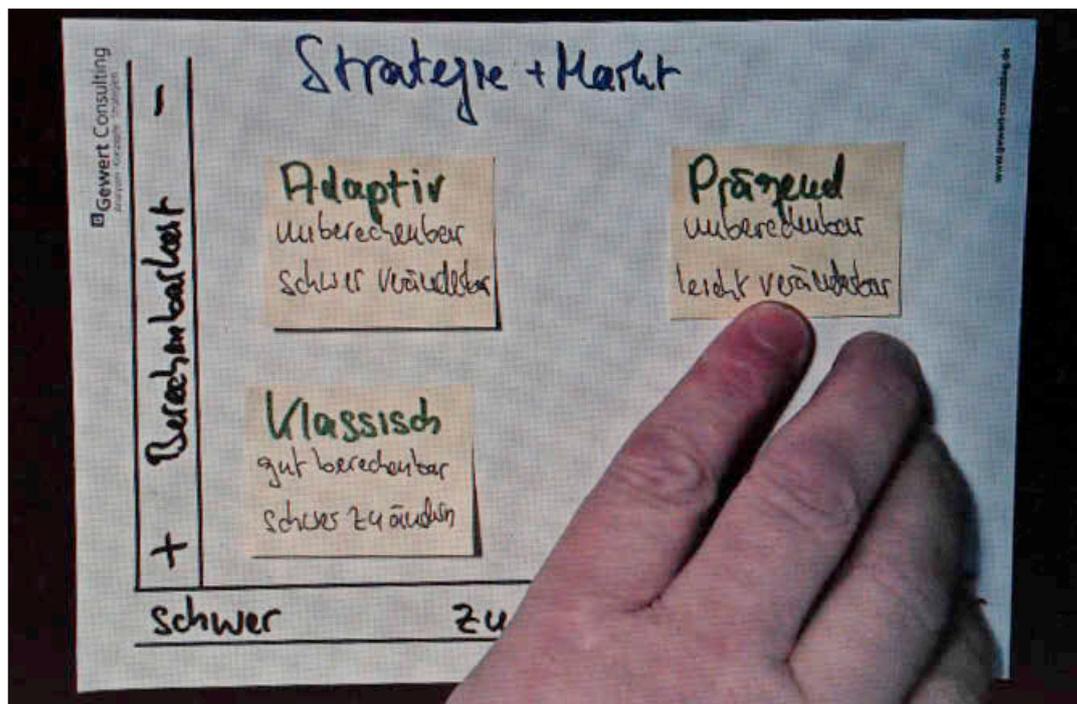
Von Thomas Loisl Mink

LÖRRACH. Ein Umdenken, neue Geschäftsideen und das Erschließen neuer Märkte aufgrund der Beobachtung aktueller Trends seien notwendig, um aus der Krise herauszukommen. Das sagte Jan-Arne Gewert bei einer Online-Veranstaltung des Wirtschaftsrates der CDU. Die Digitalisierung hält er für alle Wirtschaftsbereiche als den Schlüssel zur Weiterexistenz.

„Strategieentwicklung in der Krise – Wie kommen wir aus dem Schlamassel heraus?“, so der Titel der Veranstaltung, zu der der Wirtschaftsrat und sein Sektionssprecher Hans Joachim Friedrichkeit eingeladen hatten. Nichts zu unternehmen sei in der Krise für die meisten Geschäftsmodelle keine Option, stellte er fest. Der Referent, den er eingeladen hatte, ist Chemiker und Pharmakologe, war Geschäftsführer mittelständischer Unternehmen und führt seit 2015 seine eigene Unternehmensberatung in Weil am Rhein. Er ist Experte für nachhaltige Unternehmens- und Strategieentwicklung und moderne Management-Methoden. Unterstützt wurde er bei dem virtuellen Vortrag von Claudia Drescher, Betriebsleiterin in der Großchemie am Hochrhein.

Viele kreative Beispiele aus der Region

„Selten haben wir eine Krise von solch einem Ausmaß erlebt. Deshalb müssen wir uns umorientieren“, so Jan-Arne Gewert. Das berge neben Chancen auch Risiken. Deshalb rät er davon ab, alles auf eine Karte zu setzen. Vielmehr solle man erst einen Testballon mit überschaubarem Risiko starten lassen. Beispiele gebe es bereits: Er zitierte einen Bericht aus der Badischen Zeitung, in dem der Inhaber eines Reisebüros vorgestellt wurde, das im Lockdown geschlossen bleiben muss, nun aber Gummibärchen verkauft, was im Lockdown möglich ist. Wer Reisen nicht im Internet bucht, sondern ins Reisebüro kommt, erwarte eine ausführliche Beratung und sei bereit, dafür auch etwas



Analog auf Papier und zugleich virtuell am Bildschirm stellte Jan-Arne Gewert seine Überlegungen zur Unternehmensstrategie in der Krise vor.

FOTO: THOMAS LOISL MINK

mehr auszugeben, sagte Drescher. Deshalb, so Gewert, sei das mit den Gummibärchen ein „geschickter Move“, um ohnehin vorhandene Räume und Personal weiter zu nutzen, respektive zu beschäftigen und mit Kunden in Kontakt zu bleiben, damit sie nicht ins Internet abwandern. Gewert weiß von einer Bäckerei in Weil, die zu klein ist, um aktuelle Abstandsregeln einhalten zu können. Mit ein paar Kisten errichtete der Bäcker einen Drive-in-Verkauf vor dem Laden – mit riesigem Zuspruch. Ein Schreiner hatte sich auf den Bau von WC-Kabinen spezialisiert, doch in der Krise musste er sich umorientieren: Nun stellt er Labormöbel für Forschung und Kliniken her.

„Wir brauchen Strategien für Veränderungen, denn man muss seine Strategie anpassen, wenn Märkte sich verändern“, stellte Gewert fest. Digitale Kompetenzen und die Nutzung digitaler Möglich-

keiten seien dazu unabdingbar. „Die virtuelle und die reale Welt wachsen zusammen und das Udenkbare wird möglich“, sagte er. Drescher berichtete von virtuellen und analogen Konferenzen und Erfahrungen, die man sich vor der Krise nicht hätte vorstellen können.

Sie stellte aber auch fest, dass beim Gespräch am Bildschirm Regungen des Gegenübers teilweise verborgen bleiben und nicht jedes Gespräch virtuell geführt werden könne. Auch Gewert betonte, wie wichtig es ist, menschliche Aspekte mit zu berücksichtigen. Konfliktlösungen etwa seien virtuell schwierig.

In Zeiten hoher Unsicherheit, betonte Gewert, sei es wichtig, dass Werte das Handeln leiten. Das betreffe die Zusammenarbeit ebenso wie die Unternehmensleistung und die Unternehmensumwelt. „Werte bilden die Basis für Leitbild und Strategie“, sagte er. Und, dass schnell

le Reaktionen auf den Markt unheimlich wichtig seien. Man müsse näher an den Kunden heranrücken, seine Bedürfnisse verstehen und darauf reagieren. Er sprach von der „Digitalen Sozialen Marktwirtschaft 2025“. Bis dahin müsse jeder einen Gigabit-Anschluss haben und kein Kind dürfe die Schule ohne digitales Rüstzeug verlassen. „Wir müssen ein Volk von Digital-Enthusiasten werden“, sagte er.

Auch kleinere Unternehmen können laut Gewert profitieren: Kleinere Hotels könnten sich zusammenschließen, um gegen booking.com bestehen zu können, kleinere Pharmafirmen könnten sich in Geschäftsbereichen engagieren, die für die Großen uninteressant sind. Häufig stelle er jedoch fest, dass ein Unternehmen die nötigen Kompetenzen gar nicht habe. Gewert empfehle dann oft, duale Studierende auszubilden, um sich diese Kompetenzen zu holen.