

Aufbruch in die digitale Arbeitswelt

VON STEFAN LAKEBAND

Bremen. Der Blick aus der obersten Etage des Weser-Tower zeigt vieles von dem, was Bremen ausmacht: die historische Innenstadt, die Weser, das Stadion. Und sie offenbart auch einen Blick auf das, was Bremen zum fünfgrößten Industriestandort macht, nämlich Fabriken und die Produktionsstätten vieler großer Unternehmen. Genau diese Industrie wandelt sich momentan. Insofern war der Ort, den sich die Unternehmensverbände im Lande Bremen und der Bankenverband für ihre Veranstaltung ausgesucht haben, genau richtig. Es ging um die sogenannte digitale Revolution und die Herausforderung für Industrie und Banken. „Alles was in der Wirtschaft digitalisiert werden kann, wird auch digitalisiert werden“, sagte Ingo Kramer, Präsident der Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände. „Die Digitalisierung ist kein Zukunftsprojekt, sind findet jetzt statt.“

Um sie zu meistern, sei es jedoch notwendig, dass Arbeitgeber und Arbeitnehmer gemeinsam zusammenarbeiten und Lösungen finden. Denn mit der Digitalisierung würden auch neue Arbeitsformen und -abläufe in die Unternehmen kommen: Der Acht-Stunden-Tag könnte etwa zum Auslaufmodell werden; andere Beschäftigungsarten nähmen zu. „Es wird durch die zunehmende Digitalisierung mehr Werkverträge geben“, sagte der Arbeitgeberpräsident. Das Outsourcing würde aber nicht wegen Einsparungsmöglichkeiten wachsen, sondern durch die Spezialisierung der Arbeit. „Wenn wir unsere Spitzenstellung in der Wirtschaft nicht verlieren wollen“, mahnte

der Bremerhavener, „müssen wir unser Know-how auch auf die Straße bringen.“

Sascha Stowasser, Leiter des Instituts für angewandte Arbeitswissenschaft (IFAA), nahm das zum Anlass, einen Blick auf die Wirtschaft und ihren Weg zur sogenannten Industrie 4.0 zu werfen. „Der Reifegrad der Unternehmen bestimmt die Durchdringung der Digitalisierung“, sagte er. Je mehr sich eine Firma auf die Industrie 4.0 einlebe und je mehr Informationen sie sammle, desto leichter gelinge der Über-

gang in die neue Arbeitswelt. Schon jetzt sei viel möglich – etwa Datenbrillen, die dem Lagerarbeiter sagen, welche Waren sie aus welchem Regal holen müssen. Viele große Konzerne sieht er bereits auf einem guten Weg. „Doch in kleinen Unternehmen herrscht Ahnungslosigkeit“, sagte Stowasser. Eine Studie des IFAA, dem Forschungsinstitut der Metall- und Elektroindustrie, habe gezeigt, dass sich knapp 30 Prozent der Unternehmen noch gar nicht auf die Industrie 4.0 vorbereiten.



An der Digitalisierung führt kein Weg vorbei, sagt Sascha Stowasser. Der Leiter des Instituts für angewandte Arbeitswissenschaft sieht daher noch Nachholbedarf bei Unternehmen und Politik. FOTO: HOPSON

Nachholbedarf sieht er auch bei der Politik. „Die Digitalisierung ist unumkehrbar“, sagte Stowasser, „doch die Rahmenbedingungen sind noch nicht vorhanden.“ Man müsse eine sachliche Diskussion über Mensch und Arbeit führen, andernfalls sei die Wettbewerbsfähigkeit in Gefahr. „Die menschlere Fabrik wird es nicht geben“, sagte er zwar. Jobs würden sich aber – wie schon in den vergangenen Jahrzehnten – in andere Bereiche verlagern.

An einem konkreten Beispiel machte Jürgen von der Lehr deutlich, wie Banken mit der Digitalisierung umgehen. Er ist bei der Deutschen-Bank-Tochter Maxblue für die Digitalisierungsstrategie zuständig. „Schon in den 80er-Jahren waren Banken digitaler unterwegs als andere Branchen“, sagte von der Lehr. Doch mit Produkten wie SB-Terminals und Online-Banking, „haben wir alles dafür getan, Kunden von uns wegzuhalten.“ Dabei sei die Filiale auch in Zukunft der Kern des Bankgeschäfts. „Wo die Welt komplexer wird“, so von der Lehr, „spielt persönliche Beratung eine immer größere Rolle.“

Durch die Banken- und Finanzkrise in den vergangenen Jahren habe man die Digitalisierung aber vernachlässigt. Das merke man nun auch daran, dass sogenannte Fintechs, kleine Unternehmen die mit modernen Technologien Dienstleistungen im Finanzbereich anbieten, den Geldinstituten Konkurrenz machen. „Sie haben uns echt wachgerüttelt“, sagte von der Lehr, „uns aber auch auf Sachen gestoßen, die den Kunden wichtig sind.“ Daher appellierte er an den Mut, Ideen einfach auszuprobieren, gestand aber auch ein: „Da sind wir als Banker anders erzoogen worden.“