



## **Haben wir noch Chancen, wieder kompetenter zu werden?**

### **Von Lippenbekenntnissen zur Kompetenz-Wettbewerbsfähigkeit**

von Ekkehart Gerlach

Köln 06. Juni 2003 - „Ich weiß, dass ich nichts weiß“ war bereits in der Antike ein kluger Satz. Er ist es heute nicht weniger, wenn man an die kürzer werdenden Innovationszyklen und die exponentielle Beschleunigung des Wissensbergs der Menschheit denkt. Mehr Wissen und Kompetenz zu erringen ist einer der wichtigsten Strategien für dieses Land, darüber sind sich Politik- und Industrie-Manager in Deutschland schon seit langem einig. Das Bekenntnis zum Lebenslangen Lernen gehört fast zum Standardsatz jeglicher Rede zum Thema Aus- und Weiterbildung. Geflügelte Worte eines bekannten Beraters: „Mein wichtigstes Kapital hat Füße. Jeden Abend verlässt es das Unternehmen. Ich kann nur hoffen, dass es am nächsten Morgen wieder kommt“. Allerdings: Zwischen Theorie und Praxis klaffen hier wie anderswo zum Teil erhebliche Diskrepanzen. Die Weiterbildungsförderung im öffentlichen Bereich ist dramatisch zurückgegangen und auch die Weiterbildungs-Ausgaben der Unternehmen für ihre Mitarbeiter haben sich im Durchschnitt der letzten Jahre im Zuge der Straffung der Kosten spürbar reduziert.

Keine Frage ist, dass diese Klemmlage zwischen Kosten und Wettbewerbsfähigkeit für den komplexen und sich nach wie vor rasant entwickelnden IT- und TK-Bereich besonders problematisch ist. Die Sicherung von Kompetenz ist hier mehr als nice-to-have und sollte bei Führungskräften und Mitarbeitern von Unternehmen an vorderer Stelle ihrer Prioritäten stehen. Haben wir ein Problem, und wenn ja, welches? Kein Mensch, so kürzlich der Personalleiter eines größeren Unternehmens, begreife, warum man mindestens 50 Abkürzungen lernen müsse, um in der IT- und TK-Szene noch annähernd



deutsche medienakademie

verstehen und mitreden zu können, von ASP und ATM über Broadband, CRM, ERP, MBPS, SDSL bis hin zu UMTS, WLAN und Wimax.

Doch das Problem der Anglizismen und Abkürzungen ist nur die Oberfläche des Eisbergs. Manch einer würde sich wünschen, dass Entscheidungsträger hierzulande auch inhaltlich mehr von der Informationstechnik, der Telekommunikation und Neuen Medien verstünden. Dabei sind natürlich nicht Bits und Bytes gefragt, aber doch die großen Zusammenhänge, wie etwas funktioniert, warum es funktioniert und welches die richtigen Fragen an Entscheidungs-Vorbereiter und Berater sind. Wenn es gelänge, nur einen Teil diesbezüglicher großer und kleiner Fragen aufgrund höherer Kompetenz der Entscheider zu besseren, schnelleren und nachhaltigeren Antworten zu führen, würden die Wirtschaft und der Staat viele Milliarden sparen – man denke an Toll Collect, Herkules – das IT-Outsourcing-Projekt der Bundeswehr, die Online-Arbeitsmarkt-Plattform der Bundesagentur für Arbeit, E-Government, die elektronische Gesundheitskarte, interaktives oder auch hoch-auflösendes digitales Fernsehen, die fehlenden digitalen Polizei-Funkgeräte, die mangelnde Breitband-Penetration in Deutschland, die weitgehend fehlende Interaktivität in Deutschlands TV-Kabel-Netzen und vieles andere mehr.

Kein Wunder, dass Skepsis gegenüber der Einführung neuer ITK-Themen nach wie vor weit verbreitet ist: Die deutsche medienakademie hat vor rd. 2 Jahren 1.800 Personalverantwortliche in mittleren und großen deutschen Unternehmen zum Sinn und Unsinn einzelner neuer Technologien in Unternehmen befragt: Die Untersuchung hat gezeigt, dass rd. 50% der Befragten beobachtet haben, dass zumindest ein Teil ihrer Mitarbeiter der Einführung neuer technischer Lösungen in bestehende Arbeitsabläufe mit Skepsis begegnet. In 14% der Unternehmen überwiegt sogar eine betont reservierte Haltung gegenüber neuen Software-Plattformen. So wurde Themen wie E-Learning, SMS, B2B-Plattformen, CRM und E-Procurement, aber auch Video-Konferenzen ein nur geringer Nutzen attestiert.



deutsche medienakademie

Viele Gründe werden in Studien genannt, um ablehnende Haltungen von Mitarbeitern bei der Einführung neuer Technologien zu erklären: Vom mangelnden Verständnis für den Nutzen über die Nutzungs-Unfreundlichkeit bis hin zur Befürchtung eines persönlichen Machtverlusts reicht die Palette.

Alles zusammengenommen – trotz Cebit als weltgrößter Messe für IT und TK – ein nicht befriedigendes Bild, und das ausgerechnet in thematischen Bereichen, die hohes Wachstumspotenzial aufweisen (die OECD hat einmal geschätzt, dass 1/3 des jährlichen Produktivitäts-Zuwachses in laufenden Jahrzehnt allein durch eine intensive Breitband-Nutzung generiert werden könnte). Dabei soll überhaupt nicht in Frage gestellt werden, dass es immer wieder gute Beispiele für hiesige Exzellenz in diesen Bereichen gibt, aber nicht im Durchschnitt, nicht überall und nicht jederzeit.

Keine Frage ist also, dass der Erwerb von mehr Kompetenz im ITK-Bereich die Voraussetzung ist, um Unternehmen noch besser und noch wettbewerbsfähiger zu machen. Wie das im ITK-Bereich, insbesondere bei der Software gehen könnte, davon handelt der nächste Beitrag in dieser Serie.

### **Über die deutsche medienakademie GmbH**

Die deutsche medienakademie GmbH aus Köln – ursprünglich gegründet von Wolfgang Clement und der Bertelsmann Stiftung – unterstützt mit Hilfe eines in Deutschland einzigartigen ThinkPools Führungskräfte mit hochqualifiziertem Know-how in den Bereichen IT, Telekommunikation und Neue Medien.

„Wir vermitteln als Center-of-Excellence mit Hilfe eines Netzwerks von rund 1.500 Trainern, Referenten, Dozenten und Coaches – fast alle davon selbst Manager – einzigartige, praxisrelevante und abgewogene Kompetenz“, so der Geschäftsführer Ekkehart Gerlach.

Weitere Informationen über die deutsche medienakademie GmbH sind im Internet abrufbar: <http://www.medienakademie-koeln.de>



deutsche medienakademie

## **Über Ekkehart Gerlach**

Ekkehart Gerlach ist Geschäftsführer der deutschen medienakademie GmbH in Köln, dem Center of Excellence für Kommunikation und Medien, das im Jahre 2000 von Bertelsmann Stiftung und Land NRW gegründet wurde.

Zuvor war er viele Jahre im Hightechbereich in Führungspositionen tätig, vor allem in den drei Gebieten, die heute Konvergenz in Bereichen wie Informationstechnik, Telekommunikation, Unterhaltungselektronik und Neue Medien, insbesondere Internet, ausmachen.

So baute er ab 1994 den Bereich Breitband/Multimedia, der Carriertochter von VEBA und RWE – o.tel.o - als Geschäftsführer der diesbezüglichen Tochtergesellschaften auf, mit Europas erstem und größten Breitband-Multimedia-Pilot-Projekt InfoCity NRW, realisierte Triple Play, Internet über Kabel und Sat nachdem er zuvor, nach Führungspositionen in der Elektronik- und IT-Industrie, in der Leitung des Unternehmensbereichs Elektronische Medien der Bertelsmann AG bereits 1989 Studien und Konzepte für die kommenden Online-Netze entworfen hatte.

## **Ansprechpartner für Rückfragen**

Monika Banic

deutsche medienakademie GmbH

Im MediaPark 8

D-50670 Köln

Telefon: +49 (0)221 5743 - 7207

Fax: +49 (0)221 5743 - 7201

E-Mail: [banic@medienakademie-koeln.de](mailto:banic@medienakademie-koeln.de)

Internet: <http://www.medienakademie-koeln.de>