



„Menschen und Unternehmen vernetzen sich über Grenzen hinweg, die Welt fühlt sich kleiner an, aber auch komplexer. Wissen wird leichter zugänglich, Individualisierung nimmt zu. Als Unternehmensberaterin bin ich schon sehr individualisiert und serviceorientiert unterwegs. Auch bei meinem zweiten Standbein im Handel ist dies der Trend – allerdings nicht erst jetzt, da ist es Unternehmenskonzept. Meines Erachtens gehört den kleinen, flexiblen Unternehmen die Zukunft: Sie entwickeln Ideen, können sich schnell an sich ändernde Kundenwünsche anpassen und sind damit die Speerspitze der Innovationen. Was uns in den kommenden Jahren weiter Sorge bereiten wird, ist der Fachkräftemangel. Bei einigen kleinen Unternehmen der Dienstleistungsbranche können schon heute Kundenaufträge aus Mangel an Fachkräften nicht angenommen werden. Diese Entwicklung wird sich deutlich verschärfen.“

— *Barbara Eichelmann, Inhaberin  
Be-Unternehmerberatung  
sowie Fidelio Schokofrüchte*

# Megatrends, die die Wirtschaft prägen



Welche Entwicklungen haben, langfristig betrachtet, die größte Auswirkung auf die Unternehmen in der Region Rhein-Main-Neckar? Die IHK Darmstadt hat hierzu einen branchen- und generationsübergreifenden Austausch gestartet. Dieser soll auch zeigen, welche Aufgaben die Kammer als Partner und Interessenvertreter der regionalen Wirtschaft schwerpunktmäßig in den kommenden Jahren wahrnehmen muss. Ein Einblick in den Zukunftsdialog.

— Bei der Betrachtung von Megatrends geht es nicht darum, den Blick in die Glaskugel zu wagen. Megatrends sind keine Prognosen, sondern Veränderungen, die schon da sind. Sie prägen Wirtschaft, Politik, Wissenschaft, Technik und Kultur, und das über mehrere Jahrzehnte hinweg. Schlagworte wie Digitalisierung, Konnektivität, Globalisierung oder „New Work“ sind in aller Munde. Doch welche Trends prägen die Wirtschaft in der Region Rhein-Main-Neckar? Mit einer Reihe von Workshops hat die IHK Darmstadt den Rahmen für einen fachlichen Austausch zu dieser Frage geschaffen: Unternehmer sollen gemeinsam erörtern, welche Entwicklungen ihre Branchen nachhaltig beeinflussen und Handlungsempfehlungen aussprechen. Dieser Zukunftsdialog soll auch klären, welche Punkte die Wirtschaft selbst angehen kann und wo die Politik gefordert ist. Und welche Rolle die IHK in den kommenden Jahren einnehmen muss, um ihre Aufgabe als Partner und Interessenvertreter der regionalen Wirtschaft vor dem Hintergrund veränderter Marktbedingungen bestmöglich wahrzunehmen.

Der Beraterkreis besteht aus Experten verschiedener Arbeitskreise, Fachausschüsse und dem Präsidium der IHK Darmstadt. Die Fragestellungen werden bis Ende des Jahres branchen- und generationenübergreifend bearbeitet. Insgesamt sind rund 150 Unternehmen an dem Dialogprozess beteiligt. Den Abschluss bildet ein Zukunftskongress im Frühjahr 2019. Die hier festgehaltenen Erkenntnisse bilden eine Entscheidungsgrundlage für die Vollversammlung, die im Januar/Februar neu gewählt wird und die Arbeitsschwerpunkte der IHK für die kommenden fünf Jahre festlegt. Auch wenn die finalen Ergebnisse noch ausstehen (so hatten der Aus- →



## Stimmen des Zukunftsdialogs

Unternehmer zu der Frage, welche Megatrends in den kommenden Jahren den größten Einfluss auf ihr Geschäft und ihre Branche haben werden und welche Entwicklungen sie aktuell persönlich beschäftigen:

„Die Digitalisierung hat zentralen Einfluss auf die Energiewirtschaft. Davon sind der zukünftige Kundenkontakt und Geschäftsabschluss, der intelligente Betrieb der Energienetze sowie der erneuerbaren Erzeugungsanlagen maßgeblich betroffen. In der dezentralen Vernetzung von Erzeugern und Verbrauchern mittels intelligenter Netze und Speicher liegt ein Schlüssel in der erfolgreichen Umsetzung der Energiewende. Aber auch der demografische Wandel in der Gesellschaft wie auch in Unternehmen stellt uns vor große Herausforderungen. Das betrifft etwa die Personalsuche und -qualifikation sowie die Mitarbeiterbindung. Die zunehmende Komplexität in der Arbeitswelt, die Vernetzung und Digitalisierung erfordern Anpassungen in der Schul- und Berufsausbildung, um gegenüber anderen Staaten wettbewerbsfähig zu bleiben. Hier sollte die Politik die entsprechenden Rahmenbedingungen setzen.“

— Carsten Hoffmann, Vorstand GGEW

„Als Betreiberin eines Kaufhauses in einer Mittelstadt muss ich festhalten: Der Einfluss von Megatrends auf mein Unternehmen ist gravierend. Die starke Vernetzung zwischen On- und Offline wird die Wertigkeit und Verfügbarkeit von Produkten und Waren auf ein neues Level heben. Ich kann in Zukunft fast jedes Produkt zu jeder Zeit haben, rund um die Uhr. In Zukunft gibt es digitale Fußgängerzonen. Wer nicht will, braucht nicht mehr in die reale Welt, um einzukaufen. Unsere Aufgabe ist es dann, dem Konsumenten zu zeigen, was der Vorzug beider Welten ist. Auch Netzwerke werden für meine Branche eine noch größere Rolle spielen. Genossenschaft 4.0 ist ein denkbare Modell, denn Einzelkämpfer haben keine Chance mehr. Die großen Kaufhausriesen leben uns das gerade vor. Kräftebündelung ist angesagt, vom Einzelhändler zum Gemeinschaftshändler. Flächenentwicklung und insbesondere die Entwicklung einer Innenstadt müssen zukunftsfähig gestaltet werden, da frühere Funktionen der Innenstadt wie Einkauf, Arbeitsplatz oder Arztbesuch durch die Digitalisierung nicht mehr vorhanden sind. Wir müssen den Kunden gute Gründe liefern, warum es sich immer noch lohnt, in die Stadt zu gehen.“

— *Tatjana Steinbrenner,*  
Geschäftsführende Gesellschafterin  
Kaufhaus Ernst Ganz

„Für uns gibt es drei große Trends: die Digitalisierung der industriellen Produktion, E-Mobilität, denn Elektrofahrzeuge benötigen spezielle Reifen, sowie Connected Cars, also der interne und externe Datenfluss eines Fahrzeuges, beispielsweise zwischen Reifensensoren und Bordcomputer. Die Logistik-Infrastruktur mit zeitgenauer Lieferung wird für die Wettbewerbsfähigkeit noch wichtiger. Smarte Logistiklösungen wie Platooning, E-Mobility und Connected Drive gewinnen zusätzlich an Bedeutung, um für Kunden zuverlässigen und guten Service erbringen zu können.“

— *Thorsten Schäfer,* Geschäftsführer  
Driver Reifen und Kfz-Technik



→ schuss für Umwelt und Energie sowie für Industrie, Forschung und Innovation zur Fertigstellung dieses Artikels noch nicht getagt), möchte der IHK-Report einen ersten Einblick in diesen Zukunftsdialog geben.

## Über Netzwerke zum Unternehmenserfolg

Durch den digitalen Wandel waren Menschen noch nie so vernetzt wie heute. Diese Vernetzung ist nicht rein technischer Natur, sondern liegt vor allem im Sozialen. Alleingang war gestern, neben Spezialisierung ist es vor allem die Schließung cleverer Kooperationen, die Unternehmen in die Zukunft führt. Das alte Konkurrenzdenken hat ausgedient, „Coopetition“ beschreibt den Trend zu strategischen Allianzen mit vermeintlichen Wettbewerbern. Und er gewinnt mit zunehmender Ausgestaltung der Netzwerkökonomie an Bedeutung, weshalb Unternehmer Netzwerke als einen der wichtigsten Megatrends für die regionale Wirtschaft sehen.

Mit geeigneten Kooperationspartnern können speziell kleine und mittlere Unternehmen sich besser behaupten – sei es, um technische Innovationen voranzutreiben, das Risiko bei der Umsetzung neuer Geschäftsmodelle zu minimieren oder um neue Wachstumspotenziale zu erschließen in einem Marktumfeld, das weitestgehend ausgeschöpft zu sein scheint. Durch gemeinsame Initiativen können sich regionale Unternehmen außerdem auf Augenhöhe von großen Mitspielern begeben.

Ein gutes Beispiel hierfür ist die Taxibranche. Sie muss sich gegen relativ neue Marktteilnehmer wie Uber durchsetzen. Das gelingt nur, wenn den veränderten Kundenerwartungen aktiv begegnet wird, am besten mit einer gemeinsamen Strategie. Wie schwierig das ist, zeigt sich am Beispiel Elektromobilität. Die Taxibranche hat sehr spezielle Anforderungen an die Fahrzeuge und die Ladeinfrastruktur. Jede Minute an der Ladesäule ist eine verlorene Minute für nicht durchgeführte Beförderung. Der Umstieg gelingt hier nur in Kooperation mit Stadt und Energieversorger.

Unabhängig von Zielsetzung und Branche: Netzwerke leben davon, dass sich ihre Mitglieder aktiv einbringen. Nur durch Engagement und Verbindlichkeit können Zusammenschlüsse einen Mehrwert bieten, da sind sich die Teilnehmer des Zukunftsdialoges einig.

## Mobilität: Logistik und Verkehr neu denken

Kaum ein Megatrend prägt die globalisierte Gesellschaft so sehr wie Mobilität. Für die Wirtschaft wird sie ein wesentlicher Standortfaktor bleiben. Doch ob auf den Straßen oder Schienen: Die Kapazitätsgrenzen sind vielerorts erreicht, in manchen Landkreisen und Städten steht der Verkehr kurz vor dem Kollaps. Hinzu kommen die

Schadstoffgrenzen, die beispielsweise in Darmstadt regelmäßig überschritten werden. Da immer mehr Menschen in die Städte abwandern oder dorthin zur Arbeit pendeln und der Online-Handel weiter steigt, was mehr Lieferverkehr bedeutet, müssen Städte, Kommunen und Bund etwas unternehmen – ansonsten leiden die Wirtschaftlichkeit der Unternehmen und die Lebensqualität in der Region.

Ein großer Hebel: den Lieferverkehr umgestalten. Ansätze mit E-Cargo-bikes, Elektrofahrzeugen und Lieferdrohnen gibt es bereits. Die Wirtschaft muss frühzeitig eigene Alternativen zum klassischen Lieferverkehr entwickeln. Ein guter Kooperationspartner hierfür ist die Wissenschaft: Die TU Darmstadt beispielsweise arbeitet an einem Projekt zur multimodalen Citylogistik. Es wird geprüft, wie ein Konzept mit Lager-einheiten und kleinen Zubringern wirtschaftlich umgesetzt werden kann. Die IHK bringt die Sicht der Wirtschaft in Projekte wie dieses ein. Auch kann die IHK Unternehmen beratend dabei unterstützen, neue Logistik- und Mobilitätskonzepte voranzubringen. Was durch die Politik vorangetrieben wird: Autonomes Fahren und Elektroautos. So wird gerade die erste deutsche Teststrecke für elektrisch betriebene Lkw auf der A5 installiert. Der „E-Highway Hessen“ soll 2019 Jahr in Betrieb gehen. Mit diesem Testlauf zeigt sich, ob das Modell auch für den Alltagsbetrieb der Logistikunternehmen geeignet ist und ob sich Investitionen lohnen.

Unabhängig davon, wie Verkehr und Logistik der Zukunft aussehen: Speziell für Langstreckentransporte bleibt in den kommenden Jahren der Lkw das Transportmittel der Wahl. Die geplante Schienenstrecke zwischen Frankfurt und Mannheim wird die Verkehre zwar besser verteilen, ob der Anteil an Schienengüterverkehr damit signifikant steigt, lässt sich noch nicht sagen. Vor allem aber wird die Strecke nicht in fünf Jahren fertig sein. Damit der zunehmende Güterverkehr bewältigt werden kann, müssen ausreichend Logistikflächen und Lkw-Stellplätze erschlossen werden. Von letzteren fehlen aktuell mindestens 2.500 in Hessen. Zusätzlich muss die Politik massive Investitionen in den Ausbau der Verkehrswege tätigen.

## Flächenplanung nachhaltig gestalten

Die Wirtschaft im Raum Rhein-Main-Neckar wächst weiter. Damit wird auch der Fachkräftemangel zu einem immer größeren Risikofaktor für Unternehmen. Sie fordern, die Region attraktiver zu machen, um neue Talente zu gewinnen. Das erfordert bezahl- →



„Online-Shopping und Digitalisierung werden den Handel in den nächsten Jahren grundlegend verändern. Allgegenwärtige Preis- und Informationstransparenz stellen die Händler und deren Mitarbeiter vor eine große Herausforderung. Der Mangel an gut ausgebildeten Fachkräften wird sich weiter verschärfen. Schon heute beobachten wir einen Mangel an qualifizierten Mitarbeitern in vielen handwerklichen Berufen und zum Beispiel auch bei Lkw-Fahrern.“

— Timo Kraus, Geschäftsführer Bauzentrum Andre + Oestreicher



„Stadt- und Touristikmarketing spüren den Trend zur Digitalisierung, aber auch zu Individualität und Regionalität. Internet und Social Media schaffen neue Informationsmöglichkeiten: Online-Ticketing, Audio Guides und Apps konkurrieren mit dem klassischen Reisebüro oder -Veranstalter. Digitale Begleiter ermöglichen individuelle Reisen oder Städtetrips. Empfehlungen über soziale Kanäle sind kaum mehr wegzudenken. Digitalisierung fördert persönliche Entfaltung. Zugleich wird das Verbindende, die regionalen Besonderheiten, wieder wichtig. Das Bekenntnis zu Region und Stadt ist wieder in. Teil einer regionalen Gemeinschaft zu sein, bleibt wichtig bei aller Globalität durch digitale Möglichkeiten.“

— Anja Herdel, Wissenschaftsstadt Darmstadt Marketing

„Vor lauter Megatrends geht der große dahinter stehende ‚Metatrend‘ in den Diskussionen unter: Veränderte Kundenerwartungen haben den größten Einfluss auf alle Unternehmen und alle Branchen. Die verschiedenen technischen Entwicklungen ermöglichen neue und bessere Kundenerlebnisse. Daraus entstehen neue Kundenerwartungen, die ihrerseits weitere technische Entwicklungen und ganz neue Ideen erfordern. Darauf müssen sich alle Unternehmen einstellen! Digitalisierung, Künstliche Intelligenz, Smart Home, Drohnen, Augmented oder Virtual Reality – das alles sind nur die Werkzeuge, um dem Kunden und seinen Bedürfnissen besser gerecht zu werden, als es der Mitbewerber vermag. Die Frage ist nicht, ob diese Technologien kommen. Die Frage ist, welche Bedürfnisse hat der Kunde und wie können diese mit vorhandenen oder neuen Technologien nutzerorientiert befriedigt werden.“

— Wolfram Theymann



„Als Geschäftsführerin eines

stationären Einzelhandelsgeschäfts sehe ich die Erhebung und Auswertung von Daten für die optimierte Kommunikation mit Lieferanten und Kunden als eine zentrale Aufgabe. Noch wichtiger aber sind und bleiben Serviceorientierung und Kundenzentrierung. Das bedeutet: Alle Bedürfnisse unserer Kunden sollen bei einem Besuch auf überraschende und angenehme Weise erfüllt werden. Diese enge Kundenbeziehung hebt uns im Mitbewerberfeld ab – aber auch gegenüber dem Onlinegeschäft.“

— Batina Münzer,  
Geschäftsführung Juwelier Münzer

→ baren Wohnraum und der ist rar gesät in der Region. Die IHK Darmstadt macht sich schon lange dafür stark, dass Kommunen mehr Bauland ausweisen und Planungsprozesse beschleunigen – für bezahlbare Wohnungen und für Gewerbeflächen (mehr dazu auf Seite 24). Gerade in dicht besiedelten Regionen müssen intelligente Lösungen vorgelegt und Gewerbe- und Wohnraumentwicklung aufeinander abgestimmt werden.

Es ist absehbar: Speziell in den Städten wird es immer enger. Weniger neue Wohn- und Büroflächen bedeutet, die vorhandenen müssen anders gestaltet werden. Moderne Immobilien- und Raumkonzepte, die sich am demografischen Wandel ausrichten, wären ein Anfang. So geht der Trend zum Einfamilienhaus zurück, Senioren- und Singlehaushalte nehmen zu. Was fehlt, ist ein Masterplan für einen strategisch gesteuerten Stadtentwicklungsprozess.

## Mehr Rechtssicherheit schaffen



Spätestens seit Inkrafttreten der EU-Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) im Mai dieses Jahres ist jedem bewusst geworden, dass durch die Digitalisierung der Umfang von Rechtsvorschriften gewachsen und der bürokratische Aufwand, diese umzusetzen, enorm ist. Die Sicht der Wirtschaft auf Auswirkungen und Grenzen neuer und alter Gesetze muss der Politik frühzeitig vermittelt werden. Im Falle der DSGVO heißt das nun vor allem: der Abmahnpraxis Einhalt gebieten. Onlinehändler werden aktuell wegen formeller Fehler auf ihrer Website oder unklaren Angebotsbeschreibungen kostenpflichtig abgemahnt. Dabei ist nicht immer der Schutz des lautereren Wettbewerbs im Zentrum der Interessen. Vielmehr werden so neue, lukrative Geschäftszweige erschlossen, neben der eigentlichen Betätigung als Händler. Dieser Praxis müssen rechtliche Grenzen gesetzt werden.

Der Rechtsrahmen muss auch hinsichtlich neuer Arbeitsmodelle betrachtet werden: Homeoffice, flexible Gleitzeit, Jobsharing, lebenslange Arbeitszeitkonten, Beschäftigung über das Rentenalter hinaus – viele dieser Modelle werden immer stärker von den Mitarbeitern eingefordert. Doch arbeitsrechtlich lassen sie sich nicht ohne Weiteres umsetzen. Hier brauchen Unternehmen künftig mehr Unterstützung.

## Unternehmenskulturen im Umbruch

Der Umgang mit Mitarbeitern, Kunden und Geschäftspartnern verändert sich. Mitarbeiter haben höhere Ansprüche an die Flexibilität von Arbeitsplatz und Arbeitszeiten. Auch stellen sie vermehrt die Frage nach der Sinnhaftigkeit ihrer Arbeit. Kunden auf der anderen Seite sind fordernder geworden. Und durch eine immer stärkere Spezialisierung und Arbeitsteilung nimmt die

Anzahl an Geschäftspartnern zu. Das fordert Mitarbeiter und Manager, der Ruf nach neuen Unternehmens- und Führungskulturen wird laut.

Homeoffice, eigenverantwortliches, vernetztes Arbeiten in agilen Teams – was viele junge Menschen ganz selbstverständlich erwarten, ist für ältere Führungskräfte und Mitarbeiter oft eine große Umstellung. Klassische Angestelltenstrukturen können nicht so ohne Weiteres durch Netzwerkorganisation mit flachen Hierarchien ersetzt werden. Auch gilt es genau zu prüfen, in welchen Bereichen dies überhaupt sinnvoll ist. Nimmt man flexible Arbeitsplätze wie Homeoffice, stellt sich zudem die Frage, wie eine gemeinsame Unternehmenskultur gewahrt werden kann, wenn nicht alle Mitarbeiter vor Ort sind. In jedem Fall gilt: Beim Wandel der Firmenkultur müssen alle gleichsam mitgenommen werden, die Jungen wie die Alten. Ein gutes Changemanagement ist Voraussetzung, damit Veränderungen von allen gemeinsam getragen werden.

Und die Kunden? Je anspruchsvoller diese werden, desto weniger Zeit bleibt für Standardprozesse. Die weitere Optimierung und Automatisierung von betrieblichen Prozessen ist daher zwingend erforderlich, um mehr Zeit für die individuelle Kundenbetreuung zu haben. Die braucht es, um intensivere persönliche Kontakte zu pflegen, die für den Vertrieb notwendig sind. Ein Wandel muss zudem in der Kundenansprache erfolgen. Emotionen prägen den wirtschaftlichen Erfolg von morgen – ob beim Wir-Gefühl im Unternehmen oder bei Verkaufs- und Werbemaßnahmen.

## Neue Technologien – Fluch und Segen

Bargeldloses Bezahlen, Augmented und Virtual Reality, künstliche Intelligenz: Immer schneller werden immer neue Technologien auf den Markt gebracht. Welche sich am Ende etablieren, welche –beispielsweise im Bereich Industrie 4.0 – firmeninterne Prozesse beschleunigen oder neuen Kundenerwartungen Rechnung tragen – für Unternehmen ist das schwer zu sagen. Mit dieser Ungewissheit müssen sie sich weiter auseinandersetzen. Gerade Mittelständler brauchen Beratung und Erfahrungsaustausch, in welche Technologien es zu investieren lohnt.

Eine vielversprechende Technologie für Handel und Gastronomie scheint beispielsweise die digitale Fußgängerzone zu sein: In Kooperation mit Online-Plattformen wird hier das regionale Warenangebot im Internet sichtbar gemacht. Einen virtuellen 360-Grad-Rundgang durch die Läden der Innenstadt bietet beispielsweise die Digitalstadt Darmstadt mit „Watch my →



„Einen nicht unwesentlichen Einfluss auf unsere Branche hat das Thema E-Commerce. Auch bei erklärungsbedürftigen Industriekomponenten sind Online-Shops mittlerweile ein gefragter Bezugskanal im B2B-Geschäft. Deutlich wichtiger ist und bleibt für uns aber die Entwicklung auf dem Arbeitsmarkt. Wir stellen uns darauf ein, dass die Rekrutierung geeigneter Mitarbeiter eine Herausforderung bleibt. Der Fachkräftemarkt ist leer gefegt, Geflüchtete sind aufgrund mangelnder Qualifikationen für uns keine kurzfristige Option, um offene Stellen zu besetzen. Die Wirtschaft kann helfen, zu integrieren, braucht aber die Unterstützung von staatlicher Seite. Wir suchen gut ausgebildete Spezialisten. Der Wettbewerb um die besten Talente wird sich weiter verschärfen. Zusätzlich belastet die Verkehrssituation in der Region und in Deutschland das Geschäft. Die Erreichbarkeit von Kunden und Lieferanten muss gewährleistet sein. Aktuell sind die Verkehrswege im Raum Rhein-Neckar der Auslastung nicht mehr gewachsen. Hier ist vor allem die Politik gefragt, effektive Lösungen zu finden, die nicht nur innovativ, sondern auch realistisch und zügig umsetzbar sind.“

— Michael Baus, Geschäftsführer Dr. Baus



„Die Digitalisierung verändert Kommunikation. Nachrichten gehen in Sekunden um die Welt. Ihre Halbwertszeit sinkt. Das wirklich Wichtige herauszufiltern, wird zur Herausforderung. Die Aufgabe für unsere Branche: Kommunikation noch mehr pointieren, Zielgruppen differenzierter ansprechen und mit hochwertigem Content überzeugen. Zugleich bietet Digitalisierung die Chance, Zielgruppen schneller und genauer zu erreichen. Wohin der Weg auch führt – Qualität wird weiter in der Kommunikation den Unterschied machen.“

— Ina Biehl-von Riechthofen, Inhaberin von RFW-Kommunikation





„Als Anlagenbauer und Dienstleister im Bereich der industriellen Wasser- und Abwasserbehandlung sehen wir, dass Themen wie Ressourcen- und Energieeffizienz, Modularisierung und intelligente Automatisierung von Anlagen auch zukünftig einen großen Einfluss auf die Branche haben werden. Durch globale Herausforderungen wie Ressourcenverknappung und Klimawandel wird die Bedeutung des Umweltschutzes weiter zunehmen. Eine Schlüsselrolle wird hierbei die Umwelttechnik sowie Digitalisierung spielen.“

— Claudia Müller,  
Projektmanagerin Envirochemie



„Menschen und Unternehmen vernetzen sich über Grenzen hinweg, die Welt fühlt sich kleiner an, aber auch komplexer. Wissen wird leichter zugänglich, Individualisierung nimmt zu. Als Unternehmensberaterin bin ich schon sehr individualisiert und serviceorientiert unterwegs. Auch bei meinem zweiten Standbein im Handel ist dies der Trend – allerdings nicht erst jetzt, da ist es Unternehmenskonzept. Meines Erachtens gehört den kleinen, flexiblen Unternehmen die Zukunft: Sie entwickeln Ideen, können sich schnell an sich ändernde Kundenwünsche anpassen und sind damit die Speerspitze der Innovationen. Was uns in den kommenden Jahren weiter Serna

→ city“ an. Über die Anwendung können Nutzer via Smartphone oder Computer Einkaufsmöglichkeiten und gastronomische Angebote online durchstöbern und sich bequem einen Überblick verschaffen.

Ein wichtiges Thema bei der Einführung neuer Technologien ist die Sicherheit von und der Umgang mit Nutzerdaten. Das betrifft nicht nur die Daten von Kunden, sondern auch die der eigenen Mitarbeiter. Hierfür braucht es einen Kodex, das Leitbild des Ehrbaren Kaufmannes muss angepasst werden. Diskutiert wird dieses Thema unter anderem im Ethik- und Technologierat der Digitalstadt Darmstadt, in den sich auch die IHK einbringt.

Wenn es um Akzeptanz neuer Technologien geht, sind nicht nur Unternehmen gefragt. Ein populäres Beispiel ist Autonomes Fahren, das sich viele Deutsche noch immer nicht vorstellen können. Auch Politik und Gesellschaft müssen offen gegenüber Neuem sein, will die Region eine Vorreiterrolle bei der Digitalisierung einnehmen.

## Aufwand für Fachkräftegewinnung und Personalentwicklung steigt

Die Suche nach Fachkräften wird schwieriger. Das ist nichts Neues, wird aber in den kommenden Jahren erst einmal nicht besser. Das bedeutet: Noch mehr Aufwand für das Gewinnen und Halten von Talenten. Um offene Stellen zu besetzen, hilft der Blick über den Tellerrand: Zugewanderte und Geflüchtete müssen eine faire Chance bekommen. Auch in Quereinsteiger, Mitarbeiter über 55 oder Erwachsene ohne Abschluss sollte systematisch investiert werden. Das bedeutet sowohl eine stärkere Begleitung und Vorqualifizierung durch staatliche Einrichtungen als auch deutlichen Mehraufwand bei der Ausbildung, Einarbeitung und Weiterbildung auf Seiten der Unternehmen.

In diesem Zusammenhang kann davon ausgegangen werden, dass Förderprogramme wie ProAbschluss oder Studienzweifer, die die IHK Darmstadt unterstützt, stärker nachgefragt und ausgebaut werden müssen. Die Politik ist gefordert, das Bildungsniveau zu verbessern, das Stadt-Land-Gefälle zwischen Arbeitsplätzen und Arbeitskräften auszugleichen und ein attraktives Kon-



nen: Envirochemie GmbH, Foto unten: privat

IHK ist hier gefordert, geeignete Fortbildungsmöglichkeiten zu schaffen. Zusätzlich müssen Berufsbilder kontinuierlich geprüft und angepasst sowie bei Bedarf neue entwickelt werden, wie beispielsweise der neue Aus- und Weiterbildungsberuf Kaufläute im E-Commerce.

## Gründungen und Start-ups stärken die Wirtschaft

Gründungen gelten als eines der wichtigsten Kriterien für einen wachsenden Wirtschaftsstandort. Sie zu fördern, heißt, den Wirtschaftsraum und somit die Unternehmen zu stärken. Es ist wichtig, das richtige Umfeld für Jungunternehmer zu schaffen, denn sie gehen Probleme oft auf unkonventionelle Weise an und treiben so Innovationen voran. Das gelingt beispielsweise über spezielle Finanzierungs- und Förderungsangebote. Aber auch, indem jungen Menschen die Angst vorm Gründen genommen wird. Unternehmertum muss als Karrierechance wieder besser wahrgenommen werden. Hierfür braucht es neue Impulse und Initiativen wie Perform, die das Thema Gründungsregion nach vorn bringen.

Ähnliche Stärken wie Start-ups hat der Mittelstand. Beide bringen mit, was es in der digitalen Welt für den Unternehmenserfolg braucht: schnelle Reaktionsfähigkeit, begeisterte Mitarbeiter, authentische Unternehmenskultur, kurze Entscheidungswege und gute regionale Kontakte. Diese Stärken gilt es zu nutzen und weiter auszubauen. —

### Wie geht es weiter?

Über die Ergebnisse des Zukunftsdialoges informiert die IHK Darmstadt, wenn nach der Vollversammlungswahl im kommenden Jahr die IHK-Strategie 2019–2024 bekannt gegeben wird. Bei Fragen und Anregungen können sich Unternehmer an ihre jeweiligen Branchenkontakte wenden.

### Information:

Dr. Daniel Theobald  
Standortpolitik  
T: 0 61 51 871-1282  
E: daniel.theobald@darmstadt.ihk.de



„Weil die Welt immer komplexer und schnelllebig wird, ziehen sich die Menschen gern in ihre vier Wände zurück. Smart-Home-Services zielen darauf ab, dieses Bedürfnis zu unterstützen. Sie werden unser Leben noch stärker durchdringen. Dazugehörige Prozesse, Systeme und Dienstleistungen müssen einfach und intuitiv nutzbar sein. Unser Umfeld wird natürlich durch den Preis für Wohnen und Leben bestimmt. Wir glauben an das Erstarben der Regionen. Viele werden den ländlichen Raum wieder entdecken, insbesondere, wenn sie Familien gründen oder die Infrastruktur und die Arbeitsmodelle sich entsprechend darauf einstellen. Die gelebte Verantwortung durch Nachhaltigkeit und Umweltschutz ist für unser Unternehmen wichtig. Daraus verbreiten sich Lebenskulturen wie gesunde Ernährung, Umweltschutz oder lange Produktlebensdauer in weite Bevölkerungsschichten. Der demografische Wandel unterstützt dies zusätzlich. Zurzeit ist der globale offene Handel bedroht. Das wirtschaftliche Wachstum, das friedvolle Miteinander scheinen dadurch gefährdet.“

— Heribert Benteler, Geschäftsführer  
Stihl Vertriebszentrale