

## Die Digitalisierung verändert Jobs

## Digitale Grundkompetenz und Agilität als Wettbewerbsvorteil

Es heißt, die vierte industrielle Revolution ist in vollem Gang: Studien und ZukunftsforscherInnen warnen davor, dass in wenigen Jahren Roboter unsere Arbeit übernehmen und etwa die Hälfte der Jobs verschwinden werden. Doch das stimmt so nicht bzw. wollen wir an dieser Stelle relativieren: Roboter werden niemals das leisten können, was Menschen tun, da ihnen die eigenständige Denkkraft und Kreativität fehlt. Außerdem müssen Algorithmen und Maschinen vorher erst einmal von Menschenhand entwickelt werden. Denn genauer betrachtet, kann man feststellen, dass der Digitalisierungsgrad in den Unternehmen noch nicht so ausgeprägt ist, wie oftmals propagiert. Gerade beim beliebten Buzzword "Artificial Intelligence" arbeiten viele noch an der Datensammlung und –aufbereitung. Damit befinden sie sich gerade erst an der Basis der neuen Technologie und bereiten die nächsten Stufen vor, sodass die Maschinen später die Daten auch tatsächlich lesen können. Es gibt also noch viel zu tun und eines steht mit Sicherheit fest: der Mensch wird dem Roboter immer einen Schritt voraus sein.

Gerade durch und im Bereich der Digitalisierung werden Jobs entstehen bzw. mutieren. Wer hätte vor zehn Jahren gedacht, dass "Influencer" ein Beruf ist, mit dem man Geld verdienen kann? In analogen Zeiten hätten die heutigen BloggerInnen vermutlich genauso als Meinungsbilder gearbeitet, z.B. als JournalistInnen. Durch neue Medien haben sich für sie aber weitere Geschäftsfelder eröffnet, die sie clever genutzt haben. Dabei wird der Erfolg von Influencern nicht an ihrem Lifestyle gemessen, sondern am Umgang mit digitalen Medien und der dadurch erzielten Reichweite.

Es geht also weder darum, dass heutzutage jeder ausgebildete(r) TechnikerIn sein muss, noch dass es reicht, PCs, Smartphones und Social Media-Accounts bedienen zu können. Es geht vielmehr darum, über den Tellerrand zu blicken und zu erkennen, dass Technologie in vielen Bereichen neue Türen öffnet und dass es Sinn macht, sich damit auseinander zu setzen oder sogar tiefer einzutauchen, um die Sprache der Technik verstehen zu lernen. Denn diese digitale Grundkompetenz wird zukünftig ein Wettbewerbsvorteil für MitarbeiterInnen, aber auch für Unternehmen sein. In einer Zeit, wo sich Märkte über Nacht ändern und plötzlich von neuen Konkurrenten besetzt werden, gilt es Chancen zu erkennen, neue (digitale) Geschäftsfelder schnell zu entwickeln und entsprechend veränderungsfähig zu bleiben. Wie schafft man das? GeschäftsführerInnen und PersonalerInnen sollten ihre Belegschaft strategisch im technisch-digitalen Bereich weiterentwickeln, um den kommenden Herausforderungen lösungsorientiert entgegen treten zu können. MitarbeiterInnen wiederum sollten dazu bereit sein, sich zu verändern.

## **Bildtext**

Bild 1: Christoph Henrichs Copyright: FHTW/Felix Büchele

## Über Christoph Henrichs

Christoph Henrichs ist als Product & Sales Manager bei der Technikum Wien Academy verantwortlich für Beratung, Verkauf und die Entwicklung neuer Weiterbildungsformate. Als Lektor bei der Technikum Wien Academy beschäftigt er sich mit (digitalen) Wertschöpfungsnetzwerken. Zuvor hat er bei der Wirtschaftsagentur Wien als Technologieexperte für das Digital Business bzw. die IT-Forschung Wiens gearbeitet.