



Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Wohnungsbau Baden-Württemberg

📅 02.09.2020

DIENSTLEISTUNGSWIRTSCHAFT

Positionspapier vorgelegt: Innovationsoffensive für Dienstleistungsunternehmen



📷 © ipopba - stock.adobe.com

Die Corona-Krise trifft den vielfältigen Dienstleistungssektor in Baden-Württemberg in erheblichem Maße. Um die Unternehmen in der Dienstleistungswirtschaft zu unterstützen, haben das Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Wohnungsbau Baden-Württemberg und der BWIHK gemeinsam mit dem Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation IAO ein Positions- und Strategiepapier erarbeitet, das die Grundlagen für eine Intensivierung der Dienstleistungsinitiative in Zeiten von Corona schafft.

„Wir haben unseren Unternehmen seit März mit finanziellen Soforthilfen und günstigen Kreditabsicherungen unter die Arme gegriffen. Doch das allein wird nicht ausreichen, um die Krise zu bewältigen“, betonte Wirtschaftsministerin Dr. Nicole Hoffmeister-Kraut. „Wir müssen der

Dienstleistungswirtschaft nun weitere Perspektiven geben, wie sie nachhaltig aus dieser Krise kommen und dabei wichtige Weichen für die Zukunft stellen kann. Dienstleistungsunternehmen wie Werbeagenturen oder IT-Dienstleister, aber genauso der öffentliche Dienstleistungssektor, sind ein wichtiger Wachstumstreiber im Land.“ Wirtschaft und Politik müssten es deshalb gemeinsam schaffen, dass die Dienstleistungsbranche als innovatives Zugpferd auch in Zukunft dazu beitragen könne, den wirtschaftlichen Erfolg und den Wohlstand „Made in BW“ zu erhalten. „Dieses Ziel gehen wir mit den Maßnahmen in dem Positionspapier gemeinsam an“, so die Ministerin.

Neben schnellen Maßnahmen wie z. B. digitale Informations- und Schulungsangebote zu Smart Services, einem Ideenwettbewerb für neue digitale Dienstleistungen und zwölf Modellprojekte zur Verzahnung von Dienstleistern und Forschungsunternehmen soll auch eine nachhaltige Dienstleistungsoffensive für das Land angestoßen werden.

„Im Gegensatz zu früheren Wirtschaftskrisen kündigte sich die Corona-Krise nicht über einen längeren Zeitraum an, sondern kam nahezu unvermittelt. Die Unternehmen hatten keinen zeitlichen Vorlauf, sich darauf einzustellen, sondern es erfolgte mehr oder weniger eine Vollbremsung des laufenden Geschäfts“, schilderte Wolfgang Grenke, Präsident des Baden-Württembergischen Industrie- und Handelskammertages (BWIHK) und selbst im Dienstleistungsbereich sehr erfolgreich, die Pandemie-Situation der Unternehmen. Obwohl viele Branchen ihr Geschäft wieder geöffnet hätten und ihre Kunden betreuen könnten, stünden sie durch weiter bestehende Corona-Anforderungen und Auflagen vor großen Herausforderungen. Dies gelte vor allem für die große Gruppe der Verbraucher- und personennahen Dienstleistungen. Genauso für viele weitere Dienstleistungen, bei denen die direkte Kommunikation mit Kunden eine große Rolle spiele. Wo die Sperren für gewisse Angebote bis in den Herbst verlängert worden seien, stünden Betriebe vor existenziellen Bedrohungen, so die IHK-Organisation.

Um ihre Kunden auch in Krisenzeiten gut erreichen und effektiv unterstützen zu können, sei eine zügige Digitalisierung der bestehenden Dienstleistungen notwendig, so Ministerin Hoffmeister-Kraut. „Gleichzeitig müssen wir den Unternehmen dabei helfen, neue Geschäftsmodelle zu entwickeln und neue Leistungsangebote am Markt zu etablieren.“ Das Wirtschaftsministerium habe daher seine Maßnahmen zur Unterstützung der Unternehmen in der Dienstleistungswirtschaft über das ‘Kompetenzzentrum Smart Services’ mit jeweils 800.000 Euro in den Jahren 2020 und 2021 nochmals deutlich verstärkt.

„Quasi als Sofortmaßnahme kann die Digitalisierung bisher im persönlichen Kontakt vertriebener wie betriebener Dienstleistungen ein wichtiger Stabilisator und Treiber des eigenen Geschäfts sein. Diese Dienste sollten schrittweise, beispielsweise in Form von Webinaren, digitalen Kundengesprächen und interaktiven Trainings, in digitale Form gebracht werden“, so Wolfgang Grenke. „Konkrete Einzelmaßnahmen, welche die baden-württembergische IHK-Organisation im Rahmen der ‘Innovationsoffensive für Dienstleistungen’ vorschläge, seien die noch stärkere Ausweitung der Digitalisierungsprämie, die Erstellung eines Dienstleistungsatlases mit Förderangeboten, Modellprojekte zur Vernetzung von Dienstleistern und Forschungseinrichtungen wie auch die verstärkte digitale Weiterbildung“, betonte Grenke.

Strategie- und Positionspapier „Mit Dienstleistungen durch die Krise – Initiative zur Förderung von Digitalisierung und

Innovation“

Das Strategie- und Positionspapier für eine Innovationsoffensive für Dienstleistungen umfasst vier Maßnahmenpakete:

- Verstärkung des Wissenstransfers: Insbesondere kleine und mittlere Dienstleister benötigen methodisches Wissen und Strategien, wie sich mit Hilfe von Digitalisierung, Geschäftsmodellinnovationen und neuen Dienstleistungsangeboten die Auswirkungen der Krise abmildern lassen und ein Neustart gelingen kann. Einen ersten Einstieg hierzu bieten bereits bestehende Webinare des „Kompetenzzentrums Smart Services“. Konkret geht es darum, Potenziale für Smart Services zu identifizieren, Smart Services systematisch zu entwickeln sowie Geschäftsmodelle für Smart Services zu gestalten. Darüber hinaus sollen nun digitale Informations- und Schulungsangebote und krisenspezifische Weiterbildungsmöglichkeiten ausgebaut werden. Ergänzend dazu sollen Multiplikatoren wie etwa Innovationsscouts und Dienstleistungsberater gefördert werden, die vor Ort in die Betriebe gehen und die Umsetzung neuer digitaler Lösungen vorantreiben.
- Ideenwettbewerb „Smart Services“: In dem im Herbst startenden Ideenwettbewerb werden baden-württembergische Unternehmen ausgezeichnet, die erfolgreich Ideen für neue digitale Dienstleistungen in die Praxis umgesetzt haben. Durch den branchenübergreifenden Ideenwettbewerb lässt sich zum einen die Sensibilisierung unterschiedlicher Stakeholder erreichen und – durch die breite Einbindung von begleitenden PR-Maßnahmen – die öffentliche Aufmerksamkeit für digital unterstützte Dienstleistungen steigern. Zum anderen werden Unternehmen ermutigt, ebenfalls in die Digitalisierung ihres Geschäfts zu investieren und neue Smart Services zu entwickeln.
- Erlebnissräume für digitale Dienstleistungen: Die Überzeugung für den Einsatz neuer digitaler Technologien gelingt am besten, wenn Unternehmer diese selbst erleben und ausprobieren können. In den so genannten „Erlebnissräumen“ des „Kompetenzzentrums Smart Services“ können Unternehmen nach einer Corona-Pause jetzt wieder in Stuttgart und Furtwangen live erfahren, wie etwa Künstliche Intelligenz, Virtual Reality, Smart Glasses und weitere Technologien die Basis für neue Dienstleistungsangebote bilden. Solche Aktivitäten sind weiter zu forcieren. Insbesondere müssen Exponate mobil sein und flächendeckend bei Veranstaltungen im Land eingesetzt werden können.
- Modellprojekte zur Vernetzung von Dienstleistern und Forschungseinrichtungen: Innovationen bedeuten gerade für kleine und mittlere Unternehmen, laufend das eigene Geschäftsmodell zu prüfen und auf neue Entwicklungen anzupassen. Der Austausch zwischen Forschung und Unternehmen muss in beide Richtungen intensiviert werden. Im Fokus steht die praxisnahe Anwendung von Forschung und das Feedback aus den Betrieben in die Hochschulwelt. Diese Verzahnung sollte in einem ersten Schritt über das „Kompetenzzentrum Smart Services“ für zwölf Modellprojekte unterstützt werden.

Smart Services

Smart Services sind moderne, digital unterstützte Dienstleistungen. Diese nutzen insbesondere das zunehmende Datenaufkommen sowie digitale Vertriebs- und Lieferkanäle (z. B. Plattformen, Apps), um einen zusätzlichen Mehrwert für Kunden zu schaffen. Beispiele für Smart Services sind etwa das Online-Tracking von Bestellungen und Lieferfahrzeugen, Video-Sprechstunden und Video-Diagnosen bei Ärzten sowie die datenbasierte Optimierung von Reparaturen und Wartungen bei Maschinen und Anlagen.

Das vollständige Papier finden Sie [hier](#) und unter www.bw.ihk.de/medien/publikationen.