

# Digitale Transformation in der privatwirtschaftlichen Sicherheitsdienstleistung?

---

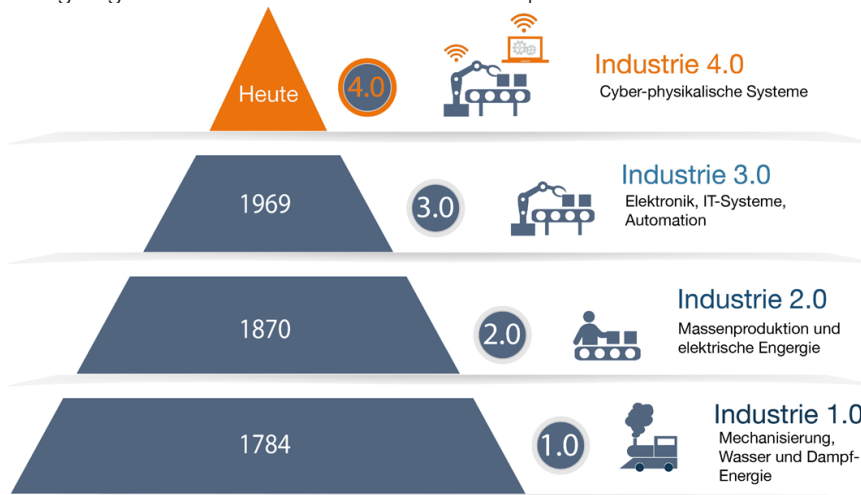


Die privatwirtschaftliche Sicherheitsdienstleistung ist ein Gewerbebezug, der eine über 100-jährige Geschichte aufweist. Noch heute gibt es Unternehmen, die seit diesen Gründerzeiten am Markt vertreten sind. Zu bemerken ist allerdings, dass sich an der Charakteristik dieser Dienstleistung in seiner langen Historie bis heute kaum etwas verändert hat. Es überwiegt nach wie vor die personell-operative Dienstleistung. In Zeiten der viel zitierten, zunehmenden Digitalisierung ist von innovativen Impulsen innerhalb der Sicherheitsbranche bislang jedoch noch wenig Nennenswertes zu verzeichnen.

Wird der unausweichliche Sprung in die neue digitale Welt gelingen?

### Digitalisierung als weiterer Kondratieff-Zyklus führt zu einem Wechsel der Paradigmen und der Geschäftsmodelle

Dass die digitale Veränderung längst zum Innovationsmotor geworden ist, zeigen die Beispiele von Uber, Airbnb oder eBay. Jeder der genannten Akteure setzt mit einem digitalen Geschäftsmodell klassische, marktbeherrschende Konzerne massiv unter Druck. Digitalisierung und Cloud-basierte Prozesse sind die zentralen Business-Motoren des 21. Jahrhunderts. Als Basis für Geschäftsprozesse etabliert, bieten sie Unternehmen einzigartige Wachstumschancen und Perspektiven.



Die essenziellen Faktoren für eine erfolgreiche Digitalisierung sind Qualität, Stabilität und Agilität. Kurzum: Digitalisierung ist der Megatrend, der zu tiefgreifenden Veränderungen in Wirtschaft und Gesellschaft geführt hat und weiter verstärkt führen wird. Im Kontext zu den Kondratieff-Zyklen lässt sich festhalten, dass die Digitalisierung längst zu einem Paradigmen- und Geschäftsmodellwechsel geführt hat.

Was bedeutet das jetzt für die Unternehmen in der Sicherheitsbranche? Sie stehen ebenso vor der Herausforderung, den gesellschaftlichen Übergang in die digitale Moderne bewältigen zu müssen. Die „Großen“ der Branche müssen künftig noch wachsender sein, um nicht „ge-ubert“ zu werden, wie die Unternehmensberatung Roland Berger diese generelle Entwicklung treffend bezeichnet hat. Markt- und Technologieexperten zufolge sind viele Unternehmen den künftigen Herausforderungen nicht gewachsen. Gartner Inc. prognostiziert ergänzend dazu, dass jedes vierte Unternehmen seine Marktposition verlieren wird – und zwar auf Grund von „digitaler Inkompetenz“.

Das sagt einiges zur Digitalisierung aus: Allein um heute und in Zukunft wirtschaftliche Stabilität zu erreichen, ist vor allem Geschwindigkeit notwendig. Digitalisierung ist gleichbedeutend mit sprunghaften Entwicklungen, nicht mit einer überschaubaren, steuerbaren Weiterentwicklung, wie es in der „alten Industrie“ zumeist der Fall gewesen ist: Innovationszyklen waren länger, behutsamer und ließen sich besser skalieren – und hatten wenig mit tiefgreifenden Wandlungen zu tun. Einst entscheidende Wettbewerbsfaktoren, wie z.B. Unternehmensgröße und -alter, Zugang zu Ressourcen oder Effizienz, verlieren im heutigen hoch dynamischen Umfeld jedoch zunehmend an Relevanz.

Wenn sich im Digitalzeitalter Technologien und die Gesellschaft so schnell verändern, dass die Veränderungsfähigkeit von Unternehmen nicht Schritt halten kann, werden die Langsam- und Zögerlichen selektiert. Sie werden sich nur noch mit den Chancen abgeben können, die von strategisch klugen Marktteilnehmern übriggelassen werden.



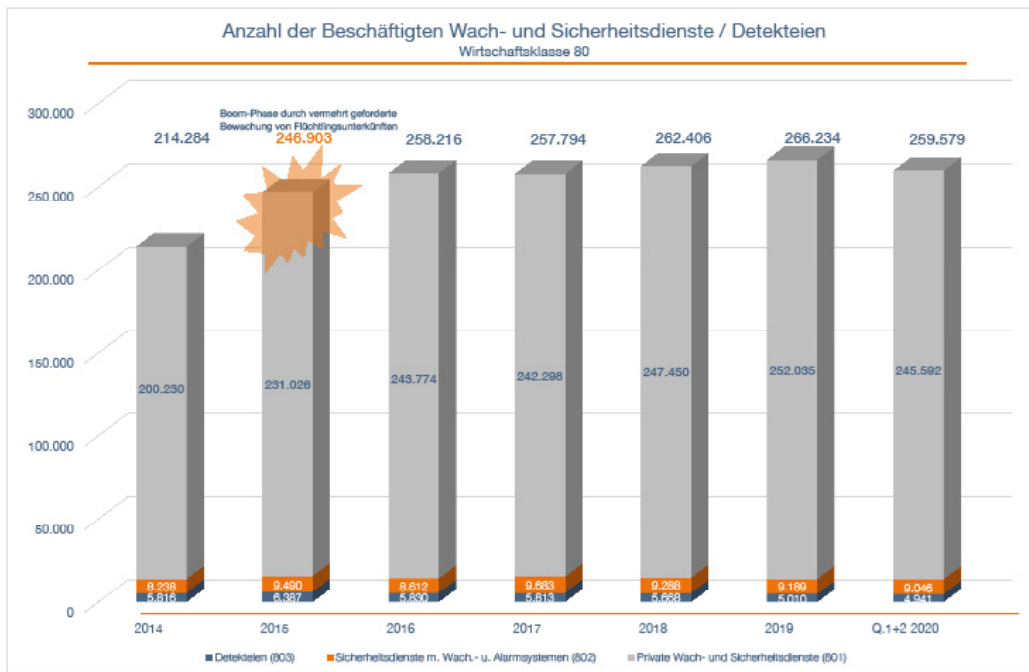
„Digitaler Darwinismus“ beschreibt diesen wirtschaftlichen Überlebenskampf, in dem es nicht mehr die Etablierten einer Branche sind, die die Marktspielregeln maßgeblich beeinflussen, sondern agile und digitale Unternehmen, die sich schnell an Veränderungen anpassen können und dadurch überproportional Marktanteile gewinnen.

### Das Angebot an Fachkräften geht zurück und verändert sich in seiner Zusammensetzung

Ein weiterer, begleitender Aspekt: Der Arbeitsmarkt in Deutschland steht nach einer Studie des Instituts der deutschen Wirtschaft (IW-Report Nr. 11, Apr. 2021) vor einer historischen Wende. Ist die Zahl der Erwerbstätigen in der Vergangenheit kontinuierlich angestiegen, wird sie mit dem Übergang der geburtenstarken „Babyboomer“-Jahrgänge in den Ruhestand in den nächsten Jahren aller Voraussicht nach deutlich einbrechen. Überdies wird es dabei zu einer starken Verschiebung zwischen den akademischen und den beruflich qualifizierten Erwerbspersonen kommen.

Gegenwärtig sind ca. 9.500 Stellen in diesem Dienstleistungsbereich nicht besetzt. Die geringe Entlohnung und die noch vielfach geltenden Arbeitszeiten von 12 Stundenschichten sind die kaum attraktiven Lockangebote, sich in diesem Bereich um eine freie Stelle zu bemühen. Zudem handelt es sich größtenteils um einen Niedriglohn-Sektor, den die politischen Parteien, insbesondere deren wirtschaftspolitische Sprecher, im Grunde nicht verändern wollen. Das unterstützt den Gedanken, dass bewusst Niedriglohn-Sektoren erhalten bleiben sollen, um so vor allem den weniger qualifizierten Arbeitssuchenden eine sozialversicherungspflichtige Beschäftigung anbieten zu können. Obgleich immer dann, wenn gravierende Fehlleistungen oder Kompetenzüberschreitungen in den Medien Die geringen Anforderungen an die Qualifikation eines Sicherheitsmitarbeiters werden auch in Zukunft wenig an diesen Umständen ändern. Bereits eine 40-stündige Unterweisung mit abschließendem Wissensnachweis reicht aus, um Leben und Sachwerte im Auftrag zu sichern.

Neue Berufsbilder innerhalb der Sicherheitsdienstleistung unter Berücksichtigung der digitalen Transfor-



Die deutsche Wirtschaft muss sich insgesamt demnach nicht nur darauf einstellen, dass das Fachkräfteangebot insgesamt zurückgeht, sondern auch, dass sich seine Zusammensetzung stark verändern dürfte. Diese Entwicklung bezüglich des Angebots an Fachkräften wird auch die Sicherheitsbranche treffen.

mation sind derzeit weder identifiziert noch definiert. Das liegt vor allem daran, dass die Digitalisierung hier kaum Einzug gehalten hat. Während die ersten drei industriellen Revolutionen primär Muskelkraft unterstützt bzw. teilweise auch vollständig ersetzt haben, richtet sich die vierte industrielle Revolution (Industrie



4.0) gezielt auf die Geisteskraft. Analytische Tätigkeiten werden zukünftig daher vermehrt von Technologien der künstlichen Intelligenz übernommen. Kompetenzen wie die 4K's, Kommunikation, Kollaboration, Kritisches Denken und Kreativität rücken daher in Zukunft in den Fokus. Mitarbeiter möchten sich in Bezug dazu vermehrt mit ihrem Unternehmen identifizieren und einen Sinn in ihrer Arbeit sehen. Wertebasiertes Arbeiten gewinnt daher an Bedeutung. Sie wollen sich einbringen, ihre Arbeit wertgeschätzt wissen und individuell weiterentwickelt werden. Es ist daher ratsam, dass auch die Anbieter von Sicherheitsdienstleistungen zukünftig stärker auf ein „Coaching“ setzt: Potenziale individuell fördern und aus Individualisten ein Team schaffen.

## Der Einkauf der Sicherheitsdienstleistung

Die Lage beim Einkauf von Sicherheitsdienstleistungen ist offensichtlich in vielen Fällen immer noch auf ‚Steinzeitniveau‘: Man braucht was, aber zahlt kaum etwas dafür. Es ist offenbar nicht unbedingt entscheidend, wie die Dienstleistung ausgeführt wird. In einem Interview des Marktplatzes Sicherheit (Sept. 2020) spricht sich Tanja Dammann-Götsch, Expertin für strategischen Einkauf, dafür aus, dass Konsequenzen für Fehlleistungen *[in der Sicherheitsdienstleistung]* den Auftraggebern wehtun müssten. „Man muss einen guten Service einkaufen, um nicht sein eigenes Image zu gefährden“, führte sie weiter dazu aus. Die Branche und die Verbände müssen daher ein neues Denken entwickeln, um neue Wege zu gehen. Erschreckend in der Kurzanalyse seien zwei Punkte: Zum einen, dass es die Branche offensichtlich nicht schafft, die Situation aus eigener Kraft wesentlich zu ändern, zum anderen, dass das eigentlich hohe Gut Sicherheit so wenig Wertschätzung erfährt. Die Kunden haben letztlich scheinbar kaum ein Eigeninteresse an der „Ware“, die sie einkaufen.

In anderen Branchen gelten Dienstleistungen als Empfehlungsgeschäft, das heißt, man informiert sich vorher eingehend und fragt nach Referenzen. Oberste Prämisse beim Einkauf von Dienstleistungen: Ein guter, besser: angemessener Preis – sicherlich, aber darüber hinaus gilt ebenso: Alles muss den Erwartungen entsprechen. Wenn ein Einkäufer seiner Geschäftsleitung einen Dienstleister vorschlägt und dort interessiert man sich nur für den Preis, wird der Billigste genommen. Wenn aber die Geschäftsleitung auf Qualität achtet,

muss zuvor eine eingehende Dienstleisterbewertung durchgeführt werden.

Ein moderner strategische Einkäufer schaut sich bei Dienstleistungen die Themen Preis, Technologie, Service, Nachhaltigkeit und Innovation an. Wenn man sich also mit dem Thema Einkauf damit auseinandersetzt, wie die Branche nach außen hin wahrgenommen wird, ist das ein ganz bedeutender Punkt. Das bedeutet schlichtweg Risikominimierung – dahingehend, dass das Gesamtbild betrachtet wird. Wie zufrieden bin ich mit der Arbeit des Sicherheits-Dienstleisters? Wie gut sind die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ausgebildet? Welche Möglichkeiten gibt es mit Blick auf Technologien und Innovationen? Und dann sind wir auch schon beim Thema Innovation. Das ist ja die ureigenste Aufgabe des Einkäufers von heute: neben dem Preis auch weitere Aspekte zu bewerten. Jedoch wird immer zu wenig in Betracht gezogen, dass dem Objektschutzmitarbeiter insbesondere des nachts eine hohe Verantwortung für Liegenschaften, Anlagen und Maschinen im zig-fachen Millionenwert obliegt. Wird er den Anforderungen innerhalb seines Tätigkeitsprofils nicht gerecht oder führt er seine Aufgaben nicht gewissenhaft aus, kann das für den Kunden seines Arbeitgebers schwerwiegende Folgen haben.

Weit verbreitet ist, dass Dienstleistungen in der Sicherheitsbranche periodisch neu ausgeschrieben werden. Es scheint durch ein ungeschriebenes Gesetz vorgegeben zu sein. Dem gegenüber steht die Alternative, einen Dienstleister strategisch in die internen Prozesse einzubinden, ihn zu entwickeln und eine längerfristige Zusammenarbeit anzustreben. Das vermindert die vielfach zu beobachtenden Reibungsverluste beim Wechsel und spart eigene Ressourcen. Der bereits mittelfristige Erfolg bei dieser Vorgehensweise liegt darin, dass das Dienstleistungsunternehmen seinen Auftraggeber kennt und die eingesetzten Mitarbeiter die vorgegebenen Prozesse, Abläufe und - vor allem- die Erwartungen des Kunden gut kennen.

Ein mögliches Argument, die eigenen Kunden benötigen keine Digitalisierung, geht völlig fehl. Im Zuge der Digitalisierung wird auch seine Stimme deutlich lauter. Besonders in der digitalen Welt bestimmt er, welche Inhalte und Leistungen er in Anspruch nehmen möchte. Für Unternehmen sind daher Einblicke in die Welt des Kunden unerlässlich. Nur dann können spezifisch ausgerichtete Leistungen entwickelt werden.



## Die Entwicklung des digitalen Kunden

Der digitale orientierte Kunde hat die Wahl, kann Angebote vergleichen und verbreitet schlechte Erfahrungen über soziale Medien und Empfehlungsportale. Das heißt, heute sind Kunden kritisch, bestens informiert, erwarten Einfachheit, guten Service auf allen Kanälen, kurze Reaktionszeiten und faire Preise bei absoluter Transparenz. Daneben wird zunehmend erwartet, dass Interaktion mit einem Unternehmen immer dann möglich ist, wenn dies gerade erforderlich scheint. Dies setzt die Bereitschaft voraus, auf verschiedenen Kanälen nahezu permanent erreichbar zu sein. Diese Erreichbarkeit und die Kontaktpunkte verlagern sich dabei vermehrt in die digitale Welt, sodass auch die Reise des Kunden immer digitaler wird. Spätestens jetzt fordert die digitale Transformation von Unternehmen den konsequenten Wandel hin zu vollständig vernetzten Organisationen.

## Ist Digitalisierung ein Thema in der Sicherheitsdienstleistung?

Viele Unternehmen im Segment der Sicherheitsdienstleistung sehen sich schon heute sinkenden Margen gegenüber und müssen zusehen, wie ihr traditionelles Geschäftsmodell die Grenzen des Wachstums erreicht. Das heißt, im Zuge ihrer digitalen Transformation sind diese Unternehmen gefordert, ihre Organisation und ihr Geschäftsmodell konsequent auf die Bedürfnisse digitaler Kunden auszurichten und mit neuen digitalen Lösungen Kunden begeistern.

Mit dem vermehrten Aufkommen neuer digitaler Technologien und dem zunehmenden Arbeitskräftemangel auf dem Sicherheitsmarkt verändert sich die Lage auch im Bereich der Sicherheitsdienstleistung.

Es ist nicht länger eine Option, die Dienstleistungsprozesse zu digitalisieren, sondern vielmehr eine Voraussetzung, um Mitbewerbern einen Schritt voraus und mit quantitativ weniger, aber qualitativ besserem Sicherheitspersonal vor Ort so effektiv wie möglich zu sein.



Agilität und Schnelligkeit sind wichtiger denn je. Denn der Wettbewerb um die Gunst des Kunden ist so stark wie noch nie. Insbesondere im Bereich der gewerblichen Sicherheitsdienstleistung herrscht ein erbarmungslos anmutender Verdrängungswettbewerb. Dies bewirkt, dass durch ein Überangebot an Dienstleister mit einem identischen Leistungsprofil die Preisgestaltung nicht mehr an deren Qualität festgemacht wird. Die Folge: Die Dienstleistung ansich wird beliebig austauschbar. Wer jedoch Kunden gewinnen, überzeugen und an sich binden möchte, muss ihnen eine einzigartige ‚Customer Experience‘ bieten.

## IWiS Privat-Institut für Wirtschaftsschutz und Sicherheitsforschung GmbH

Registergericht: Bonn - HRB 25179

USt-ID-Nr.: DE332436937

St.-Nr. 080/111/04143

D&B D-U-N-S®-ID.: 34-313-8326

### Firmensitz:

53115 Bonn, Blücherstr. 6

Tel: +49 228 8540-7599

Fax: +49 228 9125-0782

E-Mail: [kontakt@iwis-institut.de](mailto:kontakt@iwis-institut.de)

Web: [www.iwis-institut.de](http://www.iwis-institut.de)

### Geschäftsführer: Hans-Günter Laukat

Key Account Norddeutschland

Trakehner Str. 7, 23942 Pötenitz a.d. Ostsee

### Prokurist: Christian von Heymann

Key Account Süddeutschland

Jakobusstr. 17, 82140 Olching



### Tätigkeitsbeschreibung (Kurzfassung):

- » Sicherheitsberatung,
- » Entwicklung von innovativen, digitalisierten Applikationen, Methoden und Prozessen für das privatwirtschaftliche Sicherheitsmanagement