



# Neu gedacht, digital gemacht

## Wie Mittelständler digitalisieren

Ausgabe 2

## **\_Was ist Gemeinsam Digital, das Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Berlin?**

Das Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Berlin gibt Antworten auf Fragen der Digitalisierung aus der unternehmerischen Praxis. Als zentrale Anlaufstelle für alle Unternehmen in Berlin, Brandenburg und bundesweit, arbeitet das Kompetenzzentrum branchenübergreifend. Im Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Berlin können Sie entscheidende Stationen der digitalen Transformation durchlaufen. Sie werden über digitale Themen informiert, sensibilisiert und motiviert, eigene Projekte anzustoßen. Fünf Partner gehören zu \_Gemeinsam digital. Der Bundesverband mittelständische Wirtschaft leitet das Projekt federführend. Das Alexander von Humboldt-Institut für Internet und Gesellschaft, das Hasso-Plattner-Institut, die Technische Hochschule Brandenburg und die Universität Potsdam stellen als wissenschaftliche Partner die Fachexpertise auf dem Feld der Digitalisierung.

[www.gemeinsam-digital.de](http://www.gemeinsam-digital.de)



## **\_Was ist Mittelstand-Digital?**

Mittelstand-Digital informiert kleine und mittlere Unternehmen über die Chancen und Herausforderungen der Digitalisierung. Die geförderten Kompetenzzentren helfen mit Expertenwissen, Demonstrationszentren, Best-Practice-Beispielen sowie Netzwerken, die dem Erfahrungsaustausch dienen. Das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) ermöglicht die kostenfreie Nutzung aller Angebote von Mittelstand-Digital.

Der DLR Projektträger begleitet im Auftrag des BMWi die Kompetenzzentren fachlich und sorgt für eine bedarfs- und mittelstandsgerechte Umsetzung der Angebote. Das Wissenschaftliche Institut für Infrastruktur und Kommunikationsdienste (WIK) unterstützt mit wissenschaftlicher Begleitung, Vernetzung und Öffentlichkeitsarbeit. Weitere Informationen finden Sie unter [www.mittelstand-digital.de](http://www.mittelstand-digital.de)

## **\_Neu gedacht, digital gemacht**

Ausgabe 2

Viel hat sich in den letzten zwei Jahren in Sachen Digitalisierung im Mittelstand getan. Viele Mittelständler haben sich getraut, es angepackt, sich informiert und digitalisiert. \_Gemeinsam digital, das Mittelstand 4.0 Kompetenzzentrum Berlin, hat einige Unternehmen dabei unterstützt und begleitet. In dieser zweiten Ausgabe lernen Sie diese und andere erfolgreiche Digitalisierungsprojekte von Unternehmen kennen – kurz und übersichtlich.

Worauf kommt es in den kleinen und mittleren Unternehmen an? Was sind die Kosten und der Aufwand? Unsere Geschichten zeigen Ihnen wie Mittelständler Unternehmensabläufe mit den Möglichkeiten der digitalen Technik optimiert haben. Die UnternehmerInnen haben außerdem ein paar Tipps für diejenigen auf Lager, die noch zögern.

Viel Spaß bei der Lektüre wünscht Ihnen

*das Team vom Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Berlin*

## **\_Grußwort des Bundesverbandes Mittelständische Wirtschaft**

Sehr geehrte Damen und Herren,

die Digitalisierung verändert unsere Wirtschaft und Gesellschaft in einem rasanten Tempo. Doch kann der deutsche Mittelstand diesen Wandel erfolgreich meistern? Schaffen wir es, auch in Zukunft wettbewerbsfähig zu bleiben und der wirtschaftliche Motor Europas zu sein? »Neu gedacht, digital gemacht!« ist das Motto des Mittelstandes: 60 Prozent der Klein- und Mittelbetriebe sind mit ihren Kunden vernetzt, jeder dritte nutzt Smart Services, jeder fünfte Big Data. Allein 2017 investierte der Mittelstand 15 Milliarden Euro in Digitalisierungsvorhaben. Gleichwohl bestehen gerade für Mittelständler Hürden und Herausforderungen, die nur mit einer qualitativ hochwertigen und einzig am Nutzer orientierten Unterstützung überwunden werden können.

Deshalb engagiert sich der Bundesverband mittelständische Wirtschaft (BVMW) gemeinsam mit seinen Fachpartnern, dem Institut für Innovations- und Informationsmanagement (drei-i-m), dem Hasso-Plattner-Institut (HPI), der Universität Potsdam und dem Alexander von Humboldt Institut für Internet und Gesellschaft (HIIG), in dem vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) geförderten »Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Berlin«. Wir freuen uns, Ihnen mit der vorliegenden Broschüre mittelständische Persönlichkeiten vorzustellen, die mit gutem Beispiel voran gehen und bereit sind, ihre Erfahrungen mit anderen Unternehmerinnen und Unternehmern zu teilen.

Mario Ohoven

*Präsident des BVMW*

*Präsident des europäischen Mittelstandsverbandes*

*European Entrepreneurs (CEA-PME)*

DIGITALE WARENANNAHME UND EINKAUF

**\_Warenannahme mit dem Tablet** **4**  
Zemmler Siebanlagen GmbH

SENSORIK UND DATENNETZ

**\_Ernteauffälle vorhersehen und verhindern** **5**  
Heinz-Peter Frehn & Christoph Frehn Biohof Schöneiche GbR

DIGITALES AUFTRAGSMANAGEMENTSYSTEM

**\_Kundenangebote schnell erstellen** **6**  
Fenster-Bude

DATENÜBERTRAGUNG UND APP

**\_Auftragsmanagement mit günstiger Cloudsoftware** **7**  
Abfluss-As-Allianz Holding GmbH

**\_Extra It-Sicherheit & Compliance** **8**

DIGITALES PERSONALMANAGEMENT

**\_Digital Arbeitszeit erfassen und Personal planen** **10**  
Bäcker Wahn

MITARBEITERSCHULUNG UND MARKENKOMMUNIKATION

**\_Mitarbeiter digital fit machen** **11**  
Finanzberatungsgesellschaft MbH der Deutschen Bank

DIGITALES KASSENSYSTEM UND WARENMANAGEMENT

**\_Mehr Zeit dank digitaler Kasse** **12**  
Café Hommage

DIGITALE WERTSCHÖPFUNGSPROZESSE

**\_Per App Kundenwünsche effizient bedienen** **13**  
Ihr Ideal Home Range GmbH

DIGITALES KUNDENERLEBNIS UND VERTRIEBSKANÄLE

**\_Aus Print wird App** **14**  
PMD Agentur & M-Verlag

AUGMENTED REALITY UND INTERAKTIVES SCHAUFENSTER

**\_Interaktives Schaufenster** **15**  
GranSeher Augenoptik und Hörakustik

GESAMT-PROZESSOPTIMIERUNG DURCH DIGITALISIERUNG

**\_Mehr Effizienz durch neue Technologien** **16**  
Reifen Tauchmann GmbH

## Warenannahme mit dem Tablet

<b>Schlagwörter</b>	Warenannahme, Logistik, Einkauf
<b>Unternehmensart</b>	Produzierendes Unternehmen (B2B)
<b>Unternehmensgröße</b>	Bis 100 Mitarbeiter
<b>Jahresumsatz</b>	Ca. 6 Mio. €
<b>Branche</b>	Maschinenbau
<b>Investitionsvolumen</b>	Ca. 115.000 €
<b>Kosten</b>	50 € / Monat für Softwarelizenzen Ca. 10 Personentage für Interviews und Rückkopplung
<b>Messbarer Mehrwert</b>	Die digitale Lösung spart ca. 20 % an Arbeitszeit

### Die Ausgangslage

Die Zemmler Siebanlagen GmbH ist ein Maschinenbauunternehmen aus Brandenburg. Die Warenannahme verlief völlig analog. Der Mitarbeiter in der Lagerhalle nahm die Lieferungen der Teile entgegen und quittierte den Eingang. Aktuelle Details zu den Bestellungen und Lieferterminen lagen ihm nicht vor. Es fehlte eine Schnittstelle zur Einkaufs- und Produktionsleitung. Diese wiederum erfuhren vom aktuellen Stand des Wareneingangs nur durch mündliche Überlieferung.

### Die Folge

Diese Warenannahme wirkte sich negativ auf Qualitätskontrolle und Produktionsprozess aus. Sie erforderte zahlreiche Telefonate, Rückfragen und lange Laufwege. Gelieferte Teile mussten Mitarbeiter aufwändig mit den Bestellscheinen und den ausgedruckten, zum Teil überholten Konstruktionszeichnungen abgleichen. Mitarbeiter stellten fehlerhafte Ware häufig erst während des Produktionsprozesses fest. Das führte zu Verzögerungen, da der Einkauf erst dann Teile neu bestellen konnte.

### Digitale Lösung

Das Team von „Gemeinsam digital“ analysierte die Prozesse und führte Interviews mit den beteiligten Mitarbeitern durch. Nach der Analyse recherchierte es vorhandene Softwarelösungen und programmierte ein Dashboard. (Oberfläche zur Darstellung von Informationen). Das nutzen die Mitarbeiter nun über Tablet-Computer. Informati-

onen zu Bestellungen und Lieferterminen pflegen sie ein. Die Lagermitarbeiter können die Bestelllisten einsehen, auf aktuelle (digitale) Konstruktionszeichnungen zugreifen und die Richtigkeit des Wareneingangs direkt dokumentieren. Diese Informationen stehen in Echtzeit dem Einkauf und der Produktionsleitung sowie der Buchhaltung zur Abrechnung zur Verfügung.

### Der Umsetzungsaufwand

Die Umsetzung dauerte ca. sechs Monate. Bei der Einführung des Dashboards banden die Experten wieder drei Mitarbeiter (IT, Lagerist, Projektleitung) ein, um individuelle Wünsche einzubringen. Die Systemkosten für die betriebliche Nutzung der Lösung liegen bei unter 50 Euro pro Monat.

### Das Ergebnis

Das Unternehmen spart vor allem im Arbeitsaufwand des Personals. Die Arbeitsschritte, die mit den Konstruktionszeichnungen zusammenhängen, sind optimiert: Das Anlegen, Abheften, Sortieren, Aktualisieren der Konstruktionsordner entfällt. Die Qualität der Wareneingangskontrolle ist gestiegen. Falsche Artikel erkennen Mitarbeiter leichter und können umgehend nachbestellen. Das Dashboard bildet übersichtlich Nachlieferungen und deren ursprünglichen Auftrag ab. Die Mitarbeiter müssen den Produktionsprozess seltener unterbrechen. Die Lösung reduziert Rückfragen, Laufwege und optimiert die Reklamationsabwicklung.



### Expertentipp

**Geschäftsführer Heiko Zemmler:** »Mitarbeiter, die zukünftig mit der neuen digitalen Lösung arbeiten, müssen von Anfang an mit einbezogen werden. So können sie für die Veränderung sensibilisiert und motiviert werden. Mitarbeiter, die am Digitalisierungsprozess aktiv mitgewirkt haben, identifizieren sich mit der Lösung.«

**Zemmler Siebanlagen GmbH**  
www.zemmler.de  
Facebook: Zemmler Twitter: Zemmler1

## Ernteauffälle vorhersehen und verhindern

<b>Schlagwörter</b>	Sensorik, Bewässerungsanlagen, Datennetz
<b>Unternehmensart</b>	Produzierendes Unternehmen (B2B)
<b>Unternehmensgröße</b>	430 Mitarbeiter
<b>Jahresumsatz</b>	Bis 10 Mio €
<b>Branche</b>	Landwirtschaft
<b>Investitionsvolumen</b>	Ca. 71.000 €
<b>Messbarer Mehrwert</b>	Bislang gibt es 10 % Ernteaufschlag durch fehlende Bewässerung. Dies kann durch die neue Lösung um 5 % reduziert werden.

### Die Ausgangslage

Der Biohof Schöneiche am Rande des Spreewalds baut auf ca. 100 ha neben anderen Produkten die bekannten Spreewaldgurken in Bio-Qualität an. Die Einlegegurken benötigen besonders viel Flüssigkeit um zu wachsen. Sie werden durchgängig per Tropfschlauch die ganze Saison von März bis September versorgt. Das komplexe Bewässerungssystem mit zwölf km Rohrleitungsnetz und 2.200 km Tropfschläuchen speist sich aus insgesamt 16 Tiefbrunnen (60 - 80m). Die Kontrolle der Bewässerungsanlagen ist auf bis zu 20 Mitarbeiter verteilt. Diese müssen fehlerhafte Pumpen, Ausfälle oder Beschädigungen von Leitungen bei jedem Wetter entdecken und schnell eine Reparatur veranlassen.

### Die Folge

Ein Ausfall der Bewässerung macht die Ernte nach zwei Tagen unbrauchbar. Das hätte hohe finanzielle Verluste zur Folge. Der personelle Aufwand für die Kontrollen ist enorm.

### Digitale Lösung

Das Team von „Gemeinsam digital“ analysierte ergebnisoffen die bestehenden Rahmenbedingungen und Anforderungen. Aus Interviews mit der Geschäftsführung und den operativ verantwortlichen Mitarbeitern leiteten sie Ideen und Entwürfe erster Lösungen ab. Die Grundlage für eine Lösung ist ein über die gesamte Nutzfläche des Betriebes verfügbares Datennetz, welches ein externer Anbieter zur Verfügung stellen muss. Als prototypi-

**Heinz-Peter Frehn & Christoph Frehn**  
**Biohof Schöneiche GbR**  
www.biohof-schoeneiche.de

sche Lösung hat „Gemeinsam digital“ eine Pumpensensorik gefunden, die Abweichungen bei Stromversorgung, Wasserdruck und Durchflussmenge an definierten Messpunkten erkennt und diese kabellos übermittelt.

### Der Umsetzungsaufwand

Das Projekt wurde in drei Monaten umgesetzt. Das Unternehmen investierte ca. drei Personentage für Interviews und Analyse mit dem Team von „Gemeinsam digital“. Ein vollständiges Sensorsystem, das alle wichtigen Parameter einer Pumpenstation beinhaltet, kostet ca. 1200 €. Messpunkte können mit einzelnen Sensoren zu je ca. 150 - 200 € ausgewertet werden. Die Einrichtung des Datennetzes, die Übertragung und Speicherung hängt vom jeweiligen Betreiber ab und liegt monatlich im zweistelligen Bereich.

### Das Ergebnis

Das Unternehmen konnte den Prototypen installieren und erfolgreich auf die erforderlichen Funktionen testen. Durch die Lösung ist die Biohof Schöneiche GbR in der Lage, rasch und zielgerichtet auf Probleme zu reagieren und Ernteaufschläge zu verhindern. Bei einer Störung oder einem Ausfall sendet das System automatisch eine Benachrichtigung (SMS o.ä.) an die jeweiligen Verantwortlichen. Sie können schnell eingreifen. Es ist noch geplant, die gemessenen Daten übersichtlich in einem digitalen Dashboard abzubilden.



### Expertentipp:

»Digitale Lösungen müssen zu den Bedürfnissen der Nutzer passen und sich in die Abläufe einfügen«, so Prof. Dr. Jochen Scheeg der Technischen Hochschule Brandenburg.

## Kundenangebote schnell erstellen

<b>Schlagwörter</b>	Cloudbasierte Software, Auftragsmanagementsystem, Angebotserstellung
<b>Unternehmensart</b>	Dienstleister
<b>Unternehmensgröße</b>	Bis 10 Mitarbeiter
<b>Jahresumsatz</b>	Bis 500.000 €
<b>Branche</b>	Handwerk
<b>Investitionsvolumen</b>	Ca. 15.000 €
<b>Erwarteter Mehrwert</b>	Neukundengewinnung um 10 % gestiegen

### Die Ausgangslage

Die Mitarbeiter der Fenster-Bude investierten viel Zeit in die Angebotserstellung sowie das Projekt- und Kundenmanagement. Wenn eine Anfrage einging, führte ein Mitarbeiter, der sowieso auf Montage war, eine Vorortbesichtigung durch, dokumentierte alles auf Papier, fotografierte die z.B. auszutauschenden Fenster und lieferte die Unterlagen am Ende des Arbeitstages im Büro ab. Die Kollegen der Angebotserstellung nahmen die Anforderungen auf, hielten zum Teil mehrfach Rücksprache mit dem Monteur und bereiteten im Anschluss das Angebot vor.

### Die Folge

Insgesamt dauerte es im Schnitt etwas mehr als eine Woche vom Vororttermin bis zum Angebotseingang beim Kunden. Lehnte der Kunde ab, ging das Unternehmen trotz des Aufwands leer aus. Insbesondere durch den hohen Kommunikations- und Abstimmungsaufwand innerhalb des Unternehmens ging viel Zeit verloren, die dann an anderer Stelle fehlte. Der Gewinn lag auf Grund des erhöhten Aufwandes deutlich unter dem eigentlichen Potential, da die personellen Ressourcen stark gebunden wurden. Ein erhöhter Preis- und Konkurrenzdruck setzen dem Unternehmen zusätzlich zu, so dass das Verhältnis von Angeboten und erteilten Aufträgen weiter kippte.

### Digitale Lösung

Das Unternehmen führte eine cloudbasierte Handwerkersoftware ein. Durch die Software können die Handwerker und Monteure mit einem mobilen Endgerät Bilder

Fenster-Bude  
www.fenster-bude.de

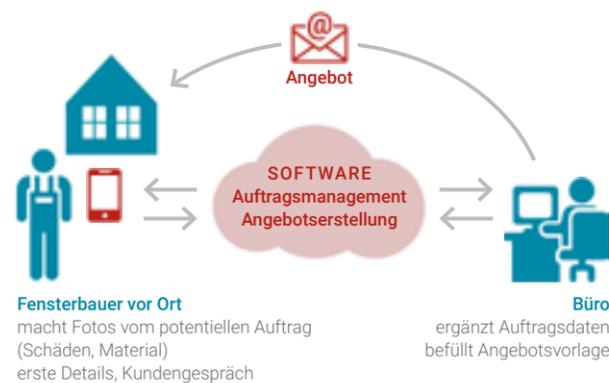
und Informationen aus dem Kundengespräch direkt in das System hochladen. Anhand von Vorlagen und einem übersichtlichen Auftragsmanagementsystem werden die Informationen punktgenau abgelegt und direkt dokumentiert. Das ermöglicht allen Beteiligten – sowohl dem Vertrieb im Büro, als auch dem Handwerker vor Ort – standortunabhängig einen aktuellen Eindruck der Gegebenheiten und des Auftragsstatus zu bekommen. Das Unternehmen kann zeitnah Anforderungen, Angebote und Bestellungen bearbeiten, die abschließende Rechnungsstellung erfolgt schnell aus dem System heraus. Ressourcen können effektiv geplant und eingesetzt werden. Die Angebotserstellung erfolgt aufgrund der Vorlagen noch am selben Tag.

### Der Umsetzungsaufwand

Die Veränderungen, die durch die neue Software entstehen, erklärte der Geschäftsführer jedem Mitarbeiter in Einzelgesprächen. Die Umsetzung des Projektes war eher mit einem geringen Zeitaufwand verbunden. Die Investitionen belaufen sich auf die Anschaffungs- und Lizenzkosten der Software in Höhe von 15.000 €.

### Das Ergebnis

Das Unternehmen spart nun wichtige zeitliche Ressourcen im Kundenmanagement. Täglich können nun etwa zehn Angebote erstellt werden. Die Firma erhält mehr Aufträge und kann diese auch annehmen.



### Expertentipp

**Daniel Wuttko, Inhaber von Die Fenster-Bude:** »Ein allgemeines Interesse an digitalen Themen sowie der Wunsch nach Veränderung sind entscheidende Bausteine im Digitalisierungsprozess.«

## Auftragsmanagement mit günstiger Cloudsoftware

<b>Schlagwörter</b>	Datenübertragung, App, Auftragskontrolle
<b>Unternehmensart</b>	Dienstleister
<b>Unternehmensgröße</b>	Bis 10 Mitarbeiter
<b>Jahresumsatz</b>	Bis 1 Mio €
<b>Branche</b>	Reinigungsservice
<b>Investitionsvolumen</b>	< 1.500 €
<b>Messbarer Mehrwert</b>	Der organisatorische Aufwand wurde im Team um ca. 8 h / Tag reduziert. Damit spart der Betrieb die Arbeitszeit einer kompletten Vollzeitstelle.

### Die Ausgangslage

Das Unternehmen Abfluß-AS besteht seit 50 Jahren im Bereich der Arbeiten an Abflussanlagen. Seit Einführung einer Software im Auftragsmanagement klagten Mitarbeiter über Mehraufwand und Verlangsamung von Prozessen. Sie bearbeiteten Informationen und Aufträge mehrfach: Einige Informationen erfassten Mitarbeiter am Auftragsort händisch. Diese wurden in der Zentrale für die interne Software in digitale Form gebracht. Digitale Fotos und Scans druckten sie wiederum für die analogen Unterlagen der Mitarbeiter am Auftragsort aus. Die Dienst- und Terminplanung erledigten sie mit einem von der Software unabhängigen Kalender oder telefonisch. Aufträge wurden sowohl analog als auch digital bearbeitet: lästige Mehrarbeit statt Arbeitseinsparung.

### Die Folge

Die unterschiedlichen Systeme und der mehrfache Medienbruch verursachten einen hohen personellen und zeitlichen Aufwand. Informationen zu Aufträgen flossen langsam. Das trieb die Kosten in die Höhe. Die genutzte Software passte nicht zu den tatsächlichen Bedürfnissen der oftmals außendienstlichen Unternehmensprozesse. Andere, umfassendere Lösungen waren sehr teuer und trotzdem für diesen Betrieb nicht anpassungsfähig genug.

### Digitale Lösung

Das Unternehmen arbeitete diese problemverursachenden Prozesse gemeinsam mit einem Digitalisierungsexperten des „Gemeinsam digital Kompetenznetzwerks“ mittels Interviews und Bedarfsanalysen heraus. Dar-

Abfluß-AS-Allianz Holding GmbH  
www.abfluss-as-allianz.de

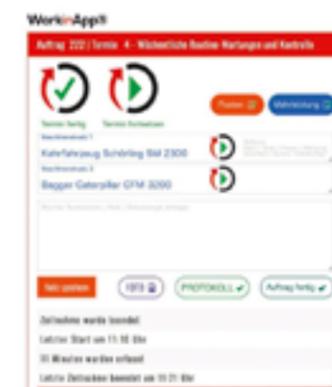
aufhin führte das Unternehmen eine neue Cloud-Seriensoftware ein. Sämtliche Kundendaten, Artikellisten, Leistungen und Preise der Firma wurden per Datenstream eingepflegt. Die Auftragsinformationen und Termine überträgt das System nun automatisch auf Smartphone oder Tablet der Mitarbeiter. Alle wichtigen Daten, wie die Zeitnahme, Leistungserfassung sowie das Abnahmeprotokoll erfolgen somit ortsunabhängig. Berichte können Mitarbeiter in Echtzeit an die Berliner Zentrale übermitteln. Dort entstehen die vielen Rechnungen der Kundendienste fast automatisch, nur die Kontrolle jeder Rechnung wird noch von einer Person im Betrieb ausgeführt.

### Der Umsetzungsaufwand

Die Umstellung zur vollständigen Digitalisierung der betrieblichen Prozesse erfolgte an einem Arbeitstag. Die Kosten der Einführung beliefen sich umgerechnet auf einmalig ca. 30 € je Mitarbeiter. Die Systemunterhaltung mit Pflege, Hosting, Lizenzgebühren, Support und allen Nutzungsrechten liegt bei 74 € monatlich. Der Gesamtaufwand im Anschaffungsjahr 2019 liegt bei 1.040 € netto.

### Das Ergebnis

Der administrative Aufwand wird erheblich reduziert, die Informationen gelangen schneller, zuverlässiger und besser lesbar zu den Mitarbeitern.



Ausschnitt aus der Smartphone-Terminansicht in WorkinApp@ zur Material-, Zeit- und Leistungserfassung mit Sonderfunktion für Maschinenzeiterfassung

### Expertentipp:

**Digitalisierungsexperte Joachim Fleiner:** »Jeder Betrieb hat individuelle und oft seit Jahren übliche Betriebsabläufe mit speziellen Anforderungen. Individuelle Entwicklungen sind teuer, Standardsoftware oft nicht ausreichend und nicht individualisierbar. Eine preiswerte und trotzdem »flexible« Seriensoftware bildet deshalb die ideale Grundlage zur umfassenden Digitalisierung.«

## Extra IT-Sicherheit und Datenschutz



### GranSeher Augenoptik und Hörakustik

Bei der Nutzung eines interaktiven Schaufensters werden keinerlei Kundendaten gespeichert. Somit entstehen hier keine datenschutzrechtlichen Probleme. Wichtig ist es, den Bereich vor dem Laden, welchen die Kamera erfasst, zu markieren, damit Menschen, die sich das Schaufenster anschauen, nicht ungewollt von der Kamera erfasst werden.

### Zemmler Siebanlagen GmbH

Das passwort-geschützte Tablet zur digitalen Warenannahme greift auf einen gesicherten Server zu. Zusätzlich wird das System nur intern genutzt und die erzeugten Informationen werden in einer separaten Datenbank erfasst.

### PMD Agentur & M-Verlag

IT-Sicherheit war und ist immer noch ein großes und wichtiges Thema – insbesondere in Bezug auf die stetige Funktionsfähigkeit aller Systeme. Wichtig ist es, regelmäßig die notwendigen Updates durchzuführen.

### Finanzberatungsgesellschaft mbH der Deutschen Bank

IT-Sicherheit ist ein wichtiges Thema in den Wissensmodulen zur Mitarbeiterschulung. Den selbstständigen Finanzberatern wurde gezeigt, wie mit eigenen und mit Kundendaten in der digitalen Marketing-Welt umzugehen ist und wie sie selbst Kunden der Bank im Umgang mit sensiblen Daten schulen können. Sicherheitsthemen wie aktuelle Hackerangriffe sind Themen in Newslettern, sodass wir die Berater auf dem neuesten Stand halten. Ziel ist, ein Bewusstsein über die verschiedenen Ebenen der IT-Sicherheit zu vermitteln und aktuell zu halten.

### Bäcker Wahn

Bei digitalen Projekten, insbesondere wenn Cloud-Lösungen zum Einsatz kommen, ist IT-Sicherheit ein wichtiger Faktor. Wir vertrauen beim Thema IT-Sicherheit auf Lösungen in deutschen Rechenzentren. Dies war ein entscheidendes Kriterium bei der Softwareauswahl.

## Digital Arbeitszeit erfassen und Personal planen

<b>Schlagwörter</b>	Personalplanung, Schichtverteilung, Lohnabrechnung, Cloudbasierte Software
<b>Unternehmensart</b>	Produzierendes Unternehmen (B2B/B2C)
<b>Unternehmensgröße</b>	Bis 50 Mitarbeiter
<b>Jahresumsatz</b>	Bis 10.000.000 €
<b>Branche</b>	Bäckerei
<b>Investitionsvolumen</b>	Ca. 10.000 €
<b>Messbarer Mehrwert</b>	Die Arbeitszeiterparung bei der Planung und Nachbearbeitung des Personalaufwands beläuft sich auf 13 %.

### Die Ausgangslage

Das traditionelle Bäckereiunternehmen Wahn ist fest im Spreewald verankert und hat mehrere Filialen in der Region. Die Bäckerei managt das Personal aller Filialen von der Zentrale aus. Die Lohnabrechnung wickelte sie primär analog ab. Die Arbeitszeiterfassung war hierbei ein essentieller Punkt: Die Mitarbeiter führten eigene Listen mit ihren Arbeitszeiten und schickten diese in die Zentrale. Ebenso nahm die Zentrale die Personalplanung händisch und in Papierform vor. Die handschriftlichen Pläne brachten sie in digitale Form, druckten diese vielfach aus und verteilten sie per Hauspost in den Filialen. Kam es zwischendurch zu Änderungen am Plan, übermittelte die Zentrale diese telefonisch an die entsprechende Filiale. Dort vermerkte ein Mitarbeiter die Änderung direkt am ausgedruckten Plan.

### Die Folge

Für die analoge Personalplanung und die Lohnabrechnung benötigte das Unternehmen jeweils mehrere Arbeitstage pro Woche. Alle Dokumente zur Arbeitszeiterfassung wurden manuell übertragen und auf Plausibilität geprüft. Hier kostete vor allem die Berechnung der Zuschläge (Wochenendarbeit, Feiertagszuschläge etc.) viel Zeit. Der manuelle Prozess des Personal- und Abrechnungsmanagements kostete eine zusätzliche Arbeitskraft im Büro.

### Digitale Lösung

Das Team von „Gemeinsam digital und das Unternehmen identifizierten mithilfe nutzerzentrierter Methoden die

**Bäcker Wahn**  
www.baecker-wahn.de

Anforderungen an eine digitale Personalverwaltung. Das System sollte zum Beispiel einen standortunabhängigen Zugriff ermöglichen, Abrechnungen automatisch erstellen, vertraglich festgelegte Wochenarbeitsstunden bei der Schichtverteilung berücksichtigen oder verfügbare Mitarbeiter im Falle von krankheitsbedingten Ausfällen anzeigen. Auf dieser Basis fand das Team eine cloudbasierte Software-Lösung, die zu den herausgearbeiteten Bedürfnissen des Unternehmens passt.

### Der Umsetzungsaufwand

Die Herausforderung bei der Softwareeinführung war es, die Mitarbeiter von dem täglichen Mehrwert der Software zu überzeugen. Sind die technischen Grundlagen geschaffen, erklärt sich die Nutzung der Software von selbst. Die Softwarekosten belaufen sich auf etwa 8 € monatlich pro Mitarbeiter, mit Einarbeitung und eigener Leistung. Die Systemeinführung kostet etwa 4.000 € und die dazugehörigen Kassensysteme umfassen etwa 6.000 € pro Standort.

### Das Ergebnis

Die Lösung spart Zeit in der Personalplanung und -abrechnung. Der Verwaltungsprozess ist nun automatisiert und für jeden Mitarbeiter transparent zugänglich. Die Software reduziert die Anzahl der Arbeitsschritte, die Fehlerquote, den Papierverbrauch sowie den zeitlichen Arbeitsaufwand während des gesamten Personal- und Lohnabrechnungsprozesses.



### Expertentipp:

Michaela Scheeg, von „Gemeinsam digital und Geschäftsführerin des Instituts für Innovations- und Informationsmanagement GmbH: »Elementar für eine erfolgreiche Softwareeinführung ist die Sensibilisierung und Einbindung der Mitarbeiter. Mit dem Einsatz nutzerzentrierter Methoden können geeignete Lösungen anwenderfreundlich ausgewählt und eingeführt werden.«

## Mitarbeiter digital fit machen

<b>Schlagwörter</b>	Markenkommunikation, Weiterbildung, Mitarbeiterschulung, Marketing für selbstständige Berater
<b>Unternehmensart</b>	Dienstleister
<b>Unternehmensgröße</b>	Über 250 Mitarbeiter
<b>Jahresumsatz</b>	Bis 50 Mio €
<b>Branche</b>	Finanzdienstleistungen
<b>Investitionsvolumen</b>	< 1.000 € pro Mitarbeiter
<b>Erwarteter Mehrwert</b>	Die Zahl der digitalen Präsenzen, Kundenkontakte und Abschlüsse haben sich um ein Vielfaches erhöht.

### Die Ausgangslage

Mehr als 1.300 selbstständige Finanzberater vertreiben Deutsche-Bank-Finanzprodukte als Teil der Finanzberatungsgesellschaft mbH. Sie organisieren weitestgehend ihr eigenes Marketing und die eigene Kundenkommunikation. Nur wenige Berater wagten Schritte ins digitale Marketing und nutzten die angebotenen Tools in ihrer ganzen Bandbreite. Digitale Angebote wie persönliche Homepage oder zentrale Leadgenerierung waren auch vor dem Projektstart vorhanden, wurden aber sehr unterschiedlich genutzt.

### Die Folge

Unbekannte Regeln und fehlende Unterstützung rund um digitale Marketingthemen sorgten für eine uneinheitliche digitale Kundenkommunikation. Die Folge ist Ineffizienz und Unsicherheit durch fehlendes Wissen.

### Digitale Lösung

Die Lösung ist ein Befähigungsprogramm für alle Berater in den Bereichen digitales Marketing, Arbeitsorganisation und Kundenerlebnis. Gemeinsam mit bereits digital aktiven Beratern entwickelten Experten aus dem Netzwerk von „Gemeinsam digital Wissensmodule und Formate, die die Gesellschaft unter einem gemeinsamen Dach, der internen Marke »Move Digital – fit für das Geschäft von morgen« einführte. Die Wissensmodule werden ständig weiterentwickelt, um aktuelle Themen ergänzt und sind Teil des Recruitings und der Ausbildung geworden.

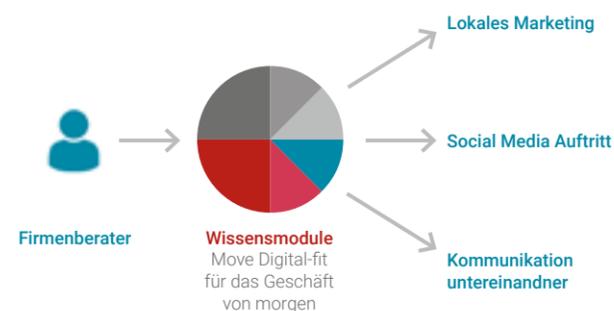
Finanzberatungsgesellschaft mbH  
der Deutschen Bank

### Der Umsetzungsaufwand

Ein gutes Jahr entwickelte die Finanzberatungsgesellschaft mit einem ausgewählten Experten des „Gemeinsam digital Kompetenznetzwerk“ das Programm, das anschließend mit einer Pilotgruppe getestet wurde. Eine Vielzahl an Mitarbeitern war intern beteiligt. Sie steuerten ihr Spezialwissen zu den Modulen bei. Auch die Geschäftsführung band das Expertenteam aktiv ein. Zwei Stellen kümmern sich in Vollzeit um die Koordination. Umgerechnet auf die Zahl der Berater liegt die Investition bei unter 1.000 € pro Person.

### Das Ergebnis

Zunächst fühlen sich die selbstständigen Berater sicher und motiviert, ihre eigene digitale Unternehmensmarke aufzubauen und die angebotenen digitalen Tools für Vertrieb, Beratung und Kommunikation auch vollumfänglich zu nutzen. Sie stärken dadurch die Bindungen zu ihren Bestandskunden und finden in sozialen Netzwerken, über Empfehlungsportale und digitales lokales Marketing neue Kunden. Sie organisieren sich besser und schaffen mehr in weniger Zeit, z.B. durch eine bessere Terminorganisation oder einfachere Provisionsabrechnung. Die Kommunikation ist insgesamt effizienter, sie ist nun markenkonform und rechtssicher.



### Expertentipp

**Thomas Praus, Digitalisierungsexperte aus dem „Gemeinsam digital-Kompetenznetzwerk und Geschäftsführer der Agentur PANORAMA3000:** »Eine technische Lösung nützt nichts, wenn sie nicht oder nicht richtig benutzt wird und bei der Zielgruppe unbekannt ist. Bei Digitalisierung geht es nur zum Teil um Technologie. Es geht um Menschen, um ihr Wissen und ihre Arbeitsprozesse. Digitalkenntnisse müssen im gesamten Team aufgebaut werden, um Veränderungen positiv zu gestalten und die Chancen der Digitalisierung zu nutzen.«

## Mehr Zeit dank digitaler Kasse

<b>Schlagwörter</b>	Kassensystem, Warenmanagement, Personalplanung
<b>Unternehmensart</b>	Gastronomie (B2C)
<b>Unternehmensgröße</b>	Bis 12 Mitarbeiter
<b>Jahresumsatz</b>	Bis 250.000 €
<b>Branche</b>	Gastronomie
<b>Investitionsvolumen</b>	Ca. 1.800 €
<b>Messbarer Mehrwert</b>	Die Einarbeitung neuer Mitarbeiter in das Kassensystem dauert nun lediglich fünf Minuten.

### Die Ausgangslage

Isabelle Hillenkamp betreibt mit viel Leidenschaft ein kleines, authentisches Café in der Kölner Innenstadt. Sie steht im harten Wettbewerb der Gastronomie-Branche. Die vorrangig jungen Kunden erwarten Tempo und Transparenz beim Bestellen, einen unkomplizierten Bezahlvorgang und prompte Bedienung. Mit dem analogen Kassensystem gestaltete sich das aber schwierig. Zudem erforderte die begrenzte Lagerfläche des Cafés, oftmals kleinteilige Nachbestellung von Waren, was in manueller Form aufwändig war. Die Koordination des Teams organisierte die Inhaberin analog.

### Die Folge

Der Bestell- und Bezahlvorgang im Café erfolgte verlangsamt und verursachte längere Wartezeiten bei den Kunden. Hinter den Kulissen nahm die analoge Personalplanung wichtige Arbeitszeit in Anspruch und führte zu einem unflexiblen, unstrukturierten Ablauf. Das räumlich begrenzte Lager konnte die Inhaberin nur mit großem Aufwand und ständiger Kontrolle bedarfsgerecht befüllen.

### Digitale Lösung

Nach nutzerzentrierten Interviews und einer umfassenden Bedarfsanalyse schlugen Experten der Geschäftsführerin ein digitales Kassensystem als Lösung vor. Dadurch können Kunden mit Karte bezahlen und bekommen die Quittung auf Wunsch per Mail zugesendet. Am Terminal mit Touchscreen geben Mitarbeiter

Café Hommage  
www.hommage.de  
Instagram: Hommage\_koeln

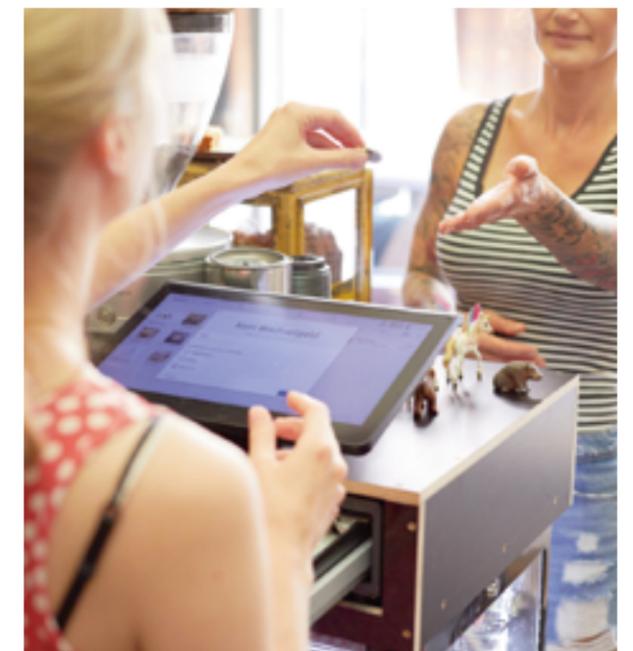
des Cafés die Wünsche ihrer Kunden ein. Ein zweites Display zeigt den Gästen ihre Bestellung an. Die Personalplanung sowie das Warenmanagement laufen ebenso digital über die Kasse, was sowohl Kosten als auch Platz und Zeit spart.

### Der Umsetzungsaufwand

Mit Einmalkosten für Hardware und Installation der Software in Höhe von 630 € sowie monatlichen Servicekosten von 49,95 € investiert das Café Hommage in zwei Jahren rund 1.800 €. Die Nutzung der Software ist kostenfrei. Alle Mitarbeiter wurden in kurzer Zeit für die Nutzung der Lösung eingearbeitet.

### Das Ergebnis

Mit der neuen Software laufen die Prozesse im Café nun reibungsloser ab. Jeder Mitarbeiter kann das System via Touch-Display bedienen. Das Café wird den Erwartungen an moderne Gastronomie gerecht.



### Expertentipp:

»In der Gastronomie braucht man selbst als kleines Unternehmen ein modernes Kassensystem«, sagt Café-Betreiberin Isabelle Hillebrand. »Wir arbeiten heute deutlich schneller als früher. Und gerade bei begrenzter Lagerfläche ist es wichtig, Bestände und Nachbestellungen stets im Blick zu haben.«

## Per App Kundenwünsche effizient bedienen

<b>Schlagwörter</b>	Kundenerlebnis, Vertrieb, Prozessoptimierung durch App, Logistik
<b>Unternehmensart</b>	Dienstleistung (B2B/B2C)
<b>Unternehmensgröße</b>	110 Mitarbeiter
<b>Jahresumsatz</b>	k.A.
<b>Branche</b>	Wohnaccessoires
<b>Investitionsvolumen</b>	100.000 €
<b>Messbarer Mehrwert</b>	Die Beschleunigung des Verkaufsprozesses spart pro Woche und Vertriebsmitarbeiter 3 h Arbeitszeit.

### Die Ausgangslage

Das Unternehmen IHR Ideal Home Range GmbH aus Essen (Oldenburg) produziert und handelt weltweit mit Produkt-Kollektionen rund um den gedeckten Tisch und bietet individuell gestaltete Geschenke sowie Accessoires an. Mitarbeiter im Vertrieb arbeiteten beim Verkauf der Produkte bei den Händlern vor Ort mit unhandlichen MDE-Geräten (Geräte zur mobilen Datenerfassung) auf Windows-Basis. Der Kunde wählte Ware aus klassischen Katalogen, die Bestellungen wurden auf papiergebundenen Formularen aufgenommen.

### Die Folge

Ein hoher Verwaltungsaufwand und eine geringe visuelle Attraktivität für den Kunden waren die Folge. Auch veraltete Daten der Endgeräte, die zum Abverkauf von nicht mehr vorhandener Lager-Posten führte, war eine Herausforderung für das Unternehmen.

### Digitale Lösung

Zur Lösung des Problems zog das Unternehmen Experten des „Gemeinsam digital Kompetenznetzwerkes“ zu Rate. Nach einer gemeinsamen Anforderungsanalyse stand die optimale Lösung fest: Ein Webdienst mit Anbindung an das ERP-System des Unternehmens und eine Android-App samt mobilem Gerätemanagement zur sicheren Verwaltung der Endgeräte. Mit der App können die zuständigen Vertriebsmitarbeiter Bestellungen nun zeitnah bearbeiten und versenden. Lästige Papier-

formulare entfallen und damit auch Fehler, die bei der händischen Übertragung entstehen. Alle Teammitglieder erhalten mit der App ein komfortables Werkzeug, mit dem sie ihre Kunden einfach und effizient bedienen können. Kunden können Produkte auf den Endgeräten des Vertriebsmitarbeiters visuell attraktiv einsehen. Der Mitarbeiter hat stets die aktuellen Bestände vor Augen und kann Bestellungen digital unkompliziert auslösen.

### Der Umsetzungsaufwand

Das Projekt wurde in sechs Monaten umgesetzt. Am Prozess selbst war lediglich der Projektmanager für den Bereich IT und Organisation beteiligt. Synchronisationsarbeiten setzen drei Mitarbeiter innerhalb von zehn Tagen um. Insgesamt investierte das Unternehmen für die Umsetzung des Projektes rund 100.000 €.

### Das Ergebnis

Der Außendienst des Unternehmens ist nun für Kunden sichtbar modern aufgestellt. Sowohl das Kundenerlebnis als auch die Nutzerfreundlichkeit der Firmentechnik für die Außendienstmitarbeiter ist optimiert.



### Expertentipp

**Adrian Macha, „Gemeinsam digital Experte und Geschäftsführer der worldiety GmbH:** »Derartige digitale Lösungen haben den Vorteil, dass die einzelnen Bereiche nach und nach eingegliedert werden können. So werden mittlerweile auch Produktmuster, Bilddaten oder die erweiterten Artikelstammdaten über die APP abgewickelt.«

**IHR Ideal Home Range GmbH**  
www.ihr.eu  
Facebook: ihrMadeWithLove

## Aus Print wird App

<b>Schlagwörter</b>	App-Entwicklung, Digitales Kundenerlebnis und neue Vertriebskanäle
<b>Unternehmensart</b>	Werbeagentur, Verlag
<b>Unternehmensgröße</b>	15 Mitarbeiter
<b>Jahresumsatz</b>	1 Mio. €
<b>Branche</b>	Verlagswesen
<b>Investitionsvolumen</b>	80.000 €
<b>Messbarer Mehrwert</b>	Durch das Update der Homepage und Warenwirtschaft können pro Stunde 20 % mehr Kundenaufträge abgearbeitet werden.

### Die Ausgangslage

Die PMD Agentur & M-Verlag aus Oldenburg vertreibt gedruckte Gutscheinebücher für Kultur-, Freizeit- und Gastronomieangebote in verschiedenen Städten der Region Niedersachsen. Die Vielzahl der Gutscheine und Anbieter (bis zu 1300 pro Buch) waren für viele Buchkäufer zu unübersichtlich. Ein digitales Shopsystem sollte für eine bessere Übersicht sorgen. Jedoch waren das System und die Warenwirtschaft nicht ausreichend verschlüsselt, die Darstellung war nicht optimiert für unterschiedliche Bildschirmgrößen und diverse Technologien waren veraltet.

### Die Folge

Durch den veralteten technologischen Stand des Shopsystems und der Warenwirtschaft konnte das Unternehmen die bereits vorhandene digitale Lösung nicht funktionsfähig einsetzen. Das Unternehmen konzentrierte sich folglich auf den Verkauf von analogen Gutscheinebüchern.

### Digitale Lösung

Die Verlagsagentur wandte sich an Experten des „Gemeinsam digital Kompetenznetzwerkes“. Diese erweiterten mit dem Unternehmen, das analoge Gutscheinebuch durch eine mobile Applikation. So verschafften sie dem Kunden des Couponsystems eine praktische, intuitive Übersicht über die existierenden Angebote. Zudem optimierte das Unternehmen den Webauftritt und erleichterte die Handhabung für die Gutscheine-Nutzer/Innen. Angebote können nun schnell und einfach aus den

hunderterten Gutscheinen gefiltert und gefunden werden. Langfristig soll es Kunden zudem möglich werden, die Gutscheine direkt in der App einzulösen.

### Der Umsetzungsaufwand

Das Projekt wurde in sieben Monaten umgesetzt, an dem größtenteils der Produktmanager beteiligt war. Insgesamt beliefen sich die Kosten zur Umsetzung des Projektes auf knapp 80.000€. Darunter fielen auch die Lizenzkosten für Warenwirtschaft, Schnittstellen, Shopsystem, Plugins, Newsletter-Anbieter und App-Store.

### Das Ergebnis

Durch die Neugestaltung des Shopsystems und die Einführung der App konnte das Unternehmen neue Absatzkanäle schaffen. Der Shop ermöglicht sowohl privaten als auch geschäftlichen Kunden einen direkten und schnellen Onlinekauf. Durch die App wurde das Angebot für Kunden übersichtlicher und die Interaktionsraten erhöht sich.



### Expertentipp:

**Adrian Macha, Experte des „Gemeinsam digital Kompetenznetzwerkes und Leiter der worldiety GmbH:** »Digitale Lösungen sind im heutigen Zeitalter unumgänglich. Auch wenn die Digitalisierung mit Kosten einhergeht, ist es die essenzielle Grundlage für das, was Unternehmen in den nächsten Jahren erwarten wird. Sich bereits jetzt eine Grundlage zu schaffen, damit im Fall der Fälle schnell reagiert und auf die richtige Technologie gesetzt werden kann, ist somit der erste Schritt in die richtige Richtung.«

**PMD Agentur & M-Verlag**  
www.dasbarometer.de

## Interaktives Schaufenster

<b>Schlagwörter</b>	Augmented Reality, Marketing und Kundenerlebnisse, Interaktives Schaufenster
<b>Unternehmensart</b>	Handwerk / Einzelhandel
<b>Unternehmensgröße</b>	Bis 10 Mitarbeiter
<b>Jahresumsatz</b>	< 500.000 €
<b>Branche</b>	Optiker
<b>Investitionsvolumen</b>	< 7.000 €
<b>Mehrwert</b>	Erhöhtes Kundeninteresse und überregionale Bekanntheit des Ladengeschäfts.

### Die Ausgangslage

Das Unternehmen GranSeher Augenoptik und Hörakustik befindet sich zentral gelegen in einer Kleinstadt Brandenburgs. Komplexe Untersuchungen wie Sehtests und Augenabstandsmessung können Kunden nur bei einem Optiker erhalten. Doch durch den Internethandel hat das Familienunternehmen starke Konkurrenz: sie können nicht die gleichen Öffnungszeiten wie ein Onlineshop anbieten. Zudem haben sie als kleines Unternehmen nur eine begrenzte Ausstellungs- und Lagerfläche und können viel weniger Brillen zeigen, als die virtuelle Konkurrenz.

### Die Folge

Der Optiker GranSeher befürchtet einen Kunden- und Umsatzrückgang. Die neue Kundengeneration erwarte heutzutage eine riesige Produktauswahl, günstige Preise und außergewöhnliche Käuferlebnisse. Wettbewerbsfähig am Markt zu bleiben, stellt das Unternehmen vor eine Herausforderung.

### Digitale Lösung

Das Unternehmen möchte die Vorteile eines Onlineshops mit denen des lokalen Handels kombinieren. Zunächst führte das Team von „Gemeinsam digital Interviews mit potenziellen Kunden durch und verbesserte daraufhin Abläufe und das Kundenerlebnis. Nach der Analyse, sowie dem Testen von diversen Softwarelösungen, verwirklichte sie eine virtuelle Brillenanprobe im Ladengeschäft. Diese Lösung integriert sich nahtlos in den Unternehmensstandort und die Umgebung. Das Team installierte dafür einen Smart-TV, eine Webcam und einen PC mit Software und WLAN. Potenzielle Kunden wer-

**GranSeher Augenoptik und Hörakustik**  
www.granseher.de

den in einem markierten Bereich am Schaufenster über die Kamera erfasst. Sie können auch nach Ladenschluss per App virtuell Brillen anprobieren. Ein riesiges Brillenangebot ist so verfügbar.

### Der Umsetzungsaufwand

Die Umsetzung dauerte drei Monate. An der Umsetzung waren zwei Mitarbeiter des Optikergeschäfts beteiligt. Die reinen Investitionskosten des Projektes für Hardware und Software liegen unter 7000 €. Hinzu kommen ggf. individuelle IT-Dienstleisterkosten, wenn die Lösung nicht selbst in Betrieb genommen wird.

### Das Ergebnis

Der Optiker GranSeher optimierte sein Kundenerlebnis. Über den zusätzlichen Kommunikationskanal spricht er die Kunden aktiv an, auch außerhalb der Öffnungszeiten. Passanten können vor dem Schaufenster spielerisch Brillenmodelle ausprobieren und das Ergebnis über eine Verknüpfung teilen. Dadurch kann sich GranSeher verstärkt als innovatives Unternehmen positionieren und die nächste Kundengeneration als Käufer gewinnen. Das Projekt hat große Aufmerksamkeit in der Presse ausgelöst, wodurch der Optiker sogar überregionale Bekanntheit erlangte.



### Expertentipp

**Michaela Scheeg, „Gemeinsam digital und Geschäftsführerin des Instituts für Innovations- und Informationsmanagement GmbH:** »Bei einem interaktiven Schaufenster ist es wichtig die Lage und die Zielgruppe zu berücksichtigen. Nicht alle Kunden jeden Alters haben Freude an einer virtuellen Brillenanprobe oder digitalen Kommunikationsformen. Wer jedoch eine junge Kundenschaft hat, kann mit einem interaktiven Schaufenster seine Zielgruppe sehr gut erreichen.«

## Mehr Effizienz durch neue Technologien

<b>Schlagwörter</b>	Gesamt-Prozessoptimierung, Telefonanlage, Onlineshop, Kundenerlebnis, WLAN
<b>Unternehmensart</b>	Dienstleistendes Unternehmen (B2B/B2C)
<b>Unternehmensgröße</b>	Bis 50 Mitarbeiter
<b>Jahresumsatz</b>	Bis 2,5 Mio. €
<b>Branche</b>	Automobilzubehör
<b>Investitionsvolumen</b>	Ca. 40.000 €
<b>Messbarer Mehrwert</b>	Der Umsatz ist um 10 % gestiegen.

### Die Ausgangslage

Die Reifen Tauchmann GmbH ist ein Reifen- und Felgenfachbetrieb in Brandenburg. Der Betrieb hatte in den letzten zwanzig Jahren kaum in Technik und Digitalisierung investiert. Die firmeneigene Homepage war veraltet, unsicher und bot keine gute Kundenerfahrung. Ebenso waren die Hardwareprodukte, wie Telefone und PCs veraltet und langsam.

### Die Folge

Das Unternehmen konnte deshalb nicht mehr wettbewerbsfähig am Markt agieren. Das Onlineangebot für Reifen ist in den letzten Jahren stark gewachsen, potentielle Umsätze und Kunden gingen verloren.

### Digitale Lösung

Der Betrieb entschied sich auf Basis fundierter Analyse und Recherche eines Digitalisierungsexperten für eine umfassende Digitalisierung und Modernisierung der Infrastruktur. Zunächst investierte die Firma in eine neue Telefonanlage, um für bestehende und künftige Kunden besser erreichbar zu sein. Die Umstellung erfolgte von ISDN auf die kostengünstigere und leistungsstärkere IP-Telefonie. Die Werkstatt wurde durch die Einführung einer WLAN-Verbindung vernetzt. Um sowohl den Online- als auch Offline-Kunden ein optimales Kundenerlebnis zu ermöglichen, gestaltete das Unternehmen den Laden vor Ort neu und ergänzte ihn durch einen Online-Shop. Entsprechend dieser Modernisierungen

**Reifen Tauchmann GmbH**  
www.reifen-tauchmann.de  
Facebook: Reifentauchmann  
Instagram: Kfzreifen

erneuerte der Betrieb auch die technische Einrichtung seiner Büros.

### Der Umsetzungsaufwand

Die Investitionskosten beliefen sich auf ungefähr 40.000€. Darin sind die Telefonanlage, die Online-Shop-Erneuerung, die Umbaukosten der Räume sowie die Verlegung von zwei km LAN-Kabel enthalten. Das Projekt dauerte drei Monate und benötigte die Einbindung von zwei bis drei Mitarbeitern in Vollzeit.

### Das Ergebnis

Das Unternehmen Reifen Tauchmann GmbH hat durch die verschiedenen Digitalisierungsmaßnahmen das Kundenerlebnis verbessert: Von der optimierten Erreichbarkeit bis hin zu einem neuen, modernen Kaufkanal. Gleichzeitig etabliert es sich wieder als moderner Arbeitgeber mit zeitgemäßen Arbeitsbedingungen. Durch die Umsetzung des Projektes ist der Umsatz um 10 % gestiegen.



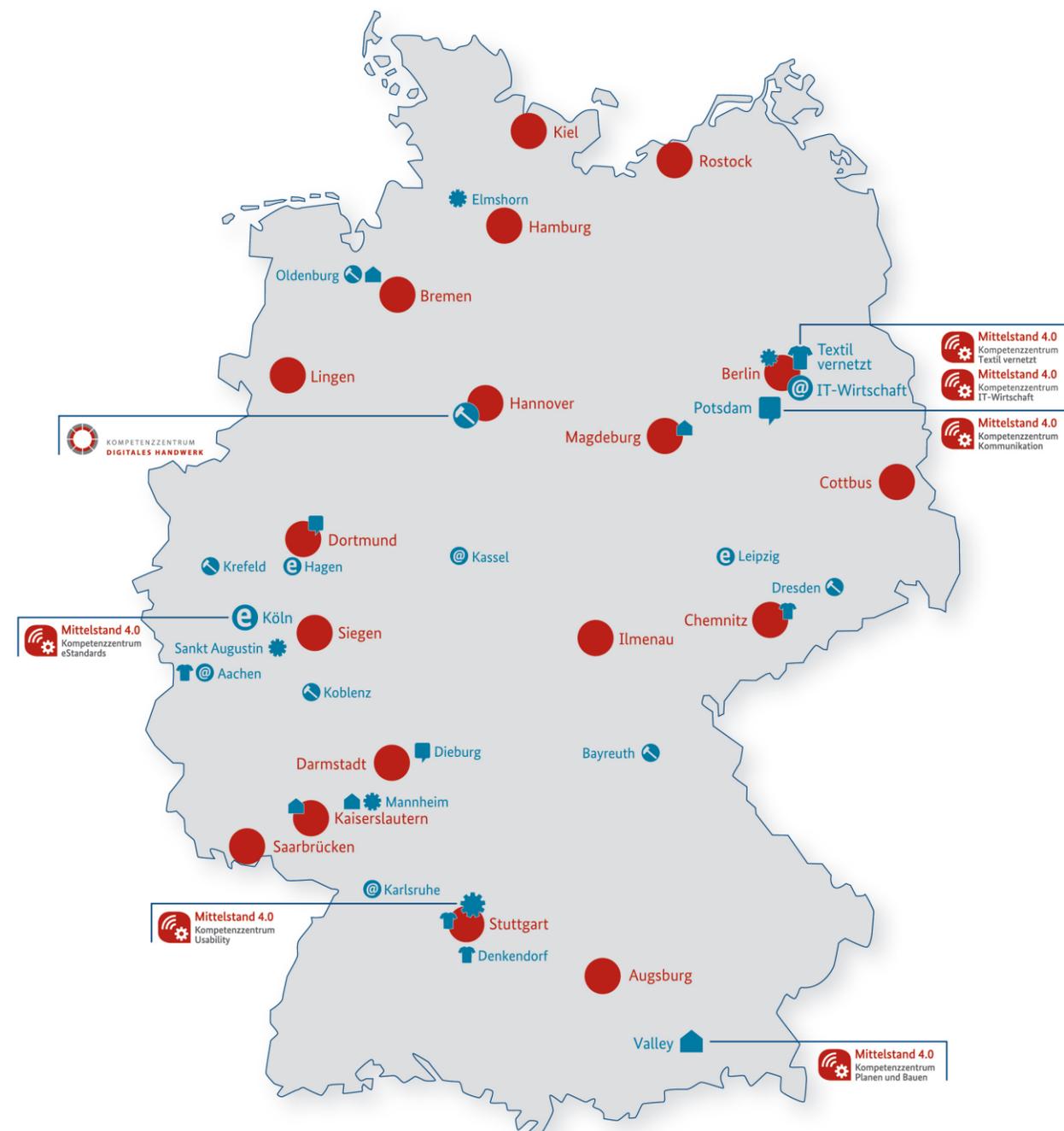
### Expertentipp

»Infos einholen von anderen, die so etwas schon gemacht haben«, rät der Geschäftsführer Andreas Klauke anderen Unternehmern. Man solle nicht nur auf eine Firma vertrauen, sondern idealerweise verschiedene Fälle vergleichen und sich intensiv mit dem Thema auseinandersetzen.«

# Mittelstand 4.0-Kompetenzzentren in Deutschland

„Gemeinsam digital gehört zu Mittelstand-Digital. Mit Mittelstand-Digital unterstützt das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie die Digitalisierung in kleinen und mittleren Unternehmen und dem Handwerk. Die geförderten Kompetenzzentren helfen mit Expertenwissen,

Demonstrationszentren, Best-Practice-Beispielen sowie Netzwerken, die dem Erfahrungsaustausch dienen. Das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie ermöglicht die kostenfreie Nutzung aller Angebote von Mittelstand-Digital.



Stand: Juni 2019

## Impressum

### Verleger:

BVMW - Bundesverband mittelständische Wirtschaft,  
Unternehmerverband Deutschlands e.V.  
Bundeszentrale  
Potsdamer Straße 7 | Potsdamer Platz  
10785 Berlin

### Soweit keine redaktionelle Kennzeichnung für den Inhalt

#### Verantwortlicher i.S.v. § 5 TMG:

Eberhard Vogt, Pressesprecher des BVMW.

Vereinsregister Berlin Charlottenburg Nr. 19361 Nz  
USt.-ID-Nr. DE 230883382

Vorstand i.S.v. § 26 BGB

Präsident: Mario Ohoven

Vizepräsidenten: Willi Grothe, Dr. Hans-Michael Pott

Vorstand: Dr. Helmut Baur, Jens Bormann, Dr. Jochen Leonhardt, Arthur Zimmermann

Bundesgeschäftsführer: Prof. Dr. h.c. Markus Jerger

Telefon: +49 30 533206-0

Telefax: +49 30 533206-50

E-Mail: [info@bvmw.de](mailto:info@bvmw.de)

### Text und Redaktion:

Alexandra Horn

Max Kettner

Marie Landsberg

Stella Maria Sorg

Tobias Thimm

### Gestaltung, Infografiken und Satz:

[www.cubusberlin.com](http://www.cubusberlin.com)

### Bildquellen:

Cover: © Adeolu Eletu – Unsplash, © Damian Zaleski – Unsplash

Adobe Stock: © Tierney, © davit85, © Syda Productions, © sebra,

© Jirapong, © mrmohock, © industrieblick, © nd3000, © djama,

© Kzenon, © Benzoix

Seite 7: © Joachim Fleiner

Seite 8: © Pawel Czerwinski – Unsplash

Seite 9: © Wesual Click – Unsplash

Seite 11: © Telekom Deutschland GmbH

Seite 12: © worldiety GmbH

Seite 13: © Artificial Photography – Unsplash

Seite 15: © Gerald Oswald – Pixabay

**Druckerei:** Möller Druck und Verlag GmbH, Zeppelinstraße 6, 16356 Ahrensfelde

Stand: Juli 2019

