



TITEL

Aufbruch ins Digitale

Ob digitale Transformation oder digitale Disruption – Prozesse, Geschäftsmodelle, Arbeitswelten, ja die ganze Wirtschaft verändern sich mit rasanter Geschwindigkeit. Wie kann der Mittelstand davon profitieren? Dazu gab es viel zu hören und zu sehen auf der Bitkom-Tour, die im Haus Schütting Station machte.

Von Christine Backhaus (Text) und Jörg Sarbach (Foto)



Lust auf Digitalisierung?
Bei diesen Besuchern der Bitkom-Tour
im Haus Schütting ist das ganz
offensichtlich der Fall.

Frank Maenz von Microsoft:
„Wenn der Wind des Wandels weht, bauen
die einen Schutzmauern, die anderen
Windmühlen.“

Alle Welt redet von der Digitalisierung. Von den ungeheuren Veränderungskräften, der Schnelligkeit und Radikalität digitaler Prozesse. Von den Chancen und Möglichkeiten, der Effizienzsteigerung und Kostenreduktion, den neuen Geschäftsmodellen, den ganz neuen Wettbewerbern und den neuen Arbeitsformen, den Datenschätzen und der Vernetzung, die mit der Digitalisierung einhergehen (können). Doch wie bloß anfangen? Wie startet man als kleines oder mittleres Unternehmen ins digitale Zeitalter? Wie löst man Ängste, Bedenken und die Komplexität auf, die damit ohne Zweifel verbunden sind, zum Beispiel was die Datensicherheit oder die Qualifikationen der Mitarbeiter anbelangt? Wie gelangt man von der Theorie in die Umsetzung? Wahrlich keine leichten Fragen.

Aber es gibt Antworten: Beispielsweise von der Bitkom, die mit ihrer Mittelstandstour „In 10 Schritten digital“ jetzt Station in der Handelskammer Bremen machte, von Digital-Experten, die dieser Bundesverband mit nach Bremen brachte zu der Informationsveranstaltung am 12. Januar 2017, und von regionalen Fachleuten, die mit ihren Produkten und Dienstleistungen an dem Vormittag die Gästeräume im Haus Schütting füllten. Wie beispielsweise von Christoph Ranze am Ausstellungsstand des Branchenverbandes bremen digitalmedia, dessen 2. Vorsitzender er ist. „Wir vertreten

die Interessen der digitalen Wirtschaft, vernetzen die Akteure, informieren über wichtige Entwicklungen und fördern Nachwuchs“, sagt der Softwarespezialist Ranze. Den IT-Standort Bremen sieht er gut aufgestellt, vor allem, weil es hier im Vergleich zu anderen Regionen genügend Fachkräfte gibt und Bremen ein wahres „Biotop“ an Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten ist, nicht nur für Topleute, sondern auch für den Mittelbau. Die bremische Ansiedlungspolitik, so sein Petitem, müssen auf das Fachkräfte- und auf das Ausbildungsstättenpotenzial fokussieren.

Die Förderung und Vermittlung digitaler Kompetenzen – diese zentrale Herausforderung für Unternehmen sprach denn auch Präses Harald Emigholz in seiner Begrüßung an. „Digitale Bildung ist eine grundlegende Voraussetzung, um den digitalen Wandel im Unternehmen gewinnbringend zu gestalten“, sagte er. Für diese wie auch die beiden anderen zentralen Punkte – den Investitionen in die Infrastruktur und den Fragen der Sicherheit – wolle die Handelskammer sensibilisieren und Anstöße geben. Zu den vielen Aktivitäten, die die Kammer begleite, gehöre die Roadshow der Bitkom: „Wir sind gerne Gastgeber eines solchen Formats.“

Es sollte, das war die Absicht der Initiatoren, Lust auf Digitalisierung machen. „Wir wollen das Innovationspotenzial der digitalen Transformation stärker in den deutschen Mittelstand tragen“, so Bitkom-Vertreter Markus Humpert. »»»

In 10 Schritten digital

Ein Praxisleitfaden für Mittelständler

bitkom

Bitkom ist der Digitalverband Deutschlands. Die Servicegesellschaft hat 2016 einen Praxisleitfaden für Mittelständler herausgegeben. Er beschreibt den Weg in die Digitalisierung in 10 einfach verständlichen Schritten.

- 1. Machen Sie Digitalisierung zur Chefsache.**
- 2. Stellen Sie ein Digitalisierungsteam auf.**
- 3. Entwickeln Sie eine Digitalisierungsstrategie.**
- 4. Investieren Sie in die digitale Kompetenz Ihrer Mitarbeiter.**
- 5. Digitalisieren Sie Ihr Geschäftsmodell.**
- 6. Machen Sie aus Daten einen Business Case.**
- 7. Setzen Sie die neuesten Technologien ein.**
- 8. Entwickeln Sie digitale Lösungen gemeinsam mit Kunden und Partnern.**
- 9. Erweitern Sie Ihre Wettbewerbsbetrachtung um Tech-Unternehmen.**
- 10. Kooperieren Sie mit Start-ups.**

Information:

Den Leitfaden finden Sie als PDF-Dokument auf der Website der Bitkom: www.bitkom.org



Kraft. Sofort. Der Audi SQ5.

Ein Audi SQ5 Leasingangebot:

Audi SQ5 3.0 TDI plus quattro, tiptronic¹
Lavagrau Perleffekt, Assistenzpaket 2, MMI Navigation plus, 21 Zoll Alu-Gussräder, Anhängervorrichtung, Panorama-Glasdach, Komfortklimaautomatik 3-Zonen, Standheizung/-lüftung, Bang & Olufsen Sound System, Audi connect inklusive Autotelefon u.v.m.

Leistung:	250 kW (340 PS)
Sonderzahlung:	€ 0,-
zzgl. Überführungs- und Zulassungskosten	
Jährliche Fahrleistung:	10.000 km
Vertragslaufzeit:	24 Monate
Monatliche Leasingrate ² :	€ 499,-

alle Werte zzgl. Mehrwertsteuer

Ein Angebot der Audi Leasing, Zweigniederlassung der Volkswagen Leasing GmbH, Gifhorner Straße 57, 38112 Braunschweig. Bonität vorausgesetzt.

Audi SQ5.

€ 499,-

monatliche Leasingrate

¹ Kraftstoffverbrauch l/100 km: innerorts 7,8; außerorts 5,9; kombiniert 6,6; CO₂-Emissionen g/km: kombiniert 174; Effizienzklasse B. Angaben zu den Kraftstoffverbräuchen und CO₂-Emissionen sowie Effizienzklassen bei Spannbreiten in Abhängigkeit vom verwendeten Reifen-/Rädersatz.

² Das Angebot gilt nur für Kunden, die zum Zeitpunkt der Bestellung bereits sechs Monate als Gewerbetreibender (ohne gültigen Konzern-Großkundenvertrag bzw. die in keinem gültigen Großkundenvertrag bestellberechtigt sind), selbstständiger Freiberufler, selbstständiger Land- und Forstwirt oder Genossenschaft aktiv sind. Bei der vom Kunden ausgeführten Tätigkeit muss es sich um seine Haupteinnahmequelle handeln. Abgebildete Sonderausstattungen sind im Angebot nicht unbedingt berücksichtigt. Alle Angaben basieren auf den Merkmalen des deutschen Marktes. Angaben netto, jeweils zzgl. MwSt., exkl. Überführungs- und Zulassungskosten. Änderungen und Irrtümer vorbehalten.

Nur für Gewerbetreibende²

SCHMIDT+KOCH
Starke Gruppe - Starke Leistung

Audi Zentrum Bremen
Schmidt + Koch GmbH
Audi sport

Stresemannstraße 1-7, 28207 Bremen
Tel. 0421/44 95-132, www.audi-bremen.de



Bild oben
Auf einer Ausstellung in den Gästeräumen des Schüttings präsentierten regionale Unternehmen ihre Digitalisierungslösungen.

Bild unten
Drei Workshops boten den Gästen Gelegenheit, einzelne Aspekte der Digitalisierung zu vertiefen.



72% der mittelständischen Unternehmen sehen die digitale Transformation als eine der zentralen Herausforderungen an.



Gleichzeitig haben **55%** der mittelständischen Unternehmen keine zentrale Digitalisierungsstrategie und riskieren damit, den Anschluss an die Marktentwicklung zu verpassen.

Quelle: Bitkom

Dafür wurden die Unternehmen Microsoft, Salesforce und TA Triumph Adler mit ins Boot geholt. Ihre Vertreter boten drei Workshops an: Frank Maenz (Microsoft Deutschland GmbH) und Arne Schulz (Axtrion GmbH & Co.KG) die Session zum Thema „Erfolgreiche Veränderung – Neue Arbeitswelten und Arbeitsweisen in Kleinunternehmen“, Dr. Daniel Wagenführer (TA Triumph-Adler GmbH) moderierte die Runde „Digitalisierung von Geschäftsprozessen. Einfacher als gedacht! Beispiele aus der Praxis – und wie man schnell starten kann!“ und Harald Esch (Salesforce.com Germany GmbH) leitete den Workshop „Kunden finden, gewinnen und begeistern! Aber wie?“

Zuvor hatte Franz Maenz einen Überblick über die globalen, alle Bereiche betreffenden Veränderungen durch die Digitalisierung gegeben und eine Landkarte der digitalen Möglichkeiten skizziert. Neben Effizienzgewinnen, neuen Geschäftsmodellen, neuen Produktionsformen, der Automatisierung und einer verbesserten Administration – oft der erste Schritt – berge besonders die Vernetzung der Wertschöpfungskette, also die Veränderung des Bestehenden, Vorteile. Digitalisierung erstreckte sich aber nicht nur auf die Technologie, sondern durchziehe auch die Arbeitswelten und verändere die Führungskultur. Maenz sprach von einer Demokratisierung der IT durch die Cloud: Hardware, Werk-



Unser Titelbild zeigt eine Datenbrille der Bremer Ubimax GmbH, eines führenden Herstellers von industriellen Wearable-Computing-Lösungen

zeuge, Verfügbarkeit/Wartung und Sicherheit sind für alle Unternehmen, große wie kleine, nun zugänglich. Die begleitende Fachmesse regionaler Unternehmen machte die Vielfalt der Digitalisierungslösungen für die Besucher konkret erlebbar.

Die Digitalisierung hat zwei Dimensionen: zum einen Geschäftsprozesse, zum anderen Geschäftsmodelle. Wie steigt man nun ein? „Eine Blaupause für den optimalen Weg gibt es nicht“, so Markus Humpert. Jedes Unternehmen müsse seinen individuellen Weg wählen. Daten würden gern als das Öl des 21. Jahrhunderts bezeichnet. „Sie sitzen also auf einem Ölfeld, zapfen Sie diesen ungeheuren Schatz an“, so Humpert. Er und die anderen Experten waren sich darin einig, dass es sinnvoll ist, mit einfachen, kleinen Digitalierungs-

projekten bzw. skalierbaren Lösungen zu beginnen, um schnell Effekte zu erzielen. Man beginne am besten damit, die Kernprozesse zu definieren, die das größte Effizienzpotenzial versprechen. Dann müssen die Anforderungen und Rahmenbedingungen festgelegt werden, das betrifft insbesondere die Sicherheit und den Datenschutz. Die Auswahl der Partner sei der nächste Schritt. Ein ganz wichtiger Aspekt sei es, die Mitarbeiter mit in die digitale Welt zu nehmen und sie zu schulen. Sie müssten keinen Jobverlust befürchten, sondern würden durch digitale Prozesse entlastet und könnten sich auf ihre Kernaufgaben fokussieren. „Trauen Sie sich!“ lautete die Botschaft von Dr. Daniel Wagenführer. Die Zeit der digitalen Ausreden sei vorbei! ●



Meine Pläne brauchen Platz. Und Spielraum bei der Finanzierung.

Roland Zerhusen, Inhaber der Zerhusen Kartonagen GmbH, in seinem neuen 17.000 m² großen Wellpappenwerk, finanziert mit der OLB.

Heimat ist eine Bank.