

leipzig · 12.06.2017

smarter_mittelstand – digitalisierung 4.0



Photos: Johannes Walthert für Convent Kongresse GmbH.
Digitalisierung erfordere die Vermittlung neuer Verhaltensmuster, argumentierte Alexander Krapp, CEO der SOULSURF GmbH.



Effizientes Marketing: Wie man Kunden findet, gewinnt und bindet, erläuterte Paul Dietrich, Regional Vice President Salesforce.com Germany GmbH, in seinem Vortrag. Ein Lockmittel, um mit der Akquise zu begeistern, sind abrufbare digitale Informationen über jeden Kunden und Auftrag.



Über individuelle Lösungen für ihre mittelständischen Betriebe tauschten sich die Führungskräfte in den Pausen aus.



Der rechtsgültigen elektronischen Signatur gehöre die Zukunft, sagt Rüdiger Herfrid, Marketing Manager für die elektronische Signatur bei Adobe.

Welche technische Innovation bietet »Adobe Sign«?

Es ist ein Cloud-Service, der es ermöglicht, rechtsgültige Unterschriften unter Verträge im Bereich Einkauf, Vertrieb oder Personalwesen nur mehr elektronisch zu tätigen. Zwar arbeiten die meisten von uns längst mit elektronischen Dokumenten wie Word, Excel und PowerPoint; aber bisher wird dann doch meist die Seite ausgedruckt und unterschrieben – und vielfach sogar wieder eingescannt und verschickt.

Und was ist falsch an diesem Vorgehen?

Dabei verliert das Schriftstück seine Nachvollziehbarkeit und seine Rechtsgültigkeit! Im Gegensatz dazu entsteht im Prozess der elektronischen Unterzeichnung eines Vertrages ein gespeicherter Signaturverlauf, in dem nachvollziehbar ist, wer das Dokument wann und mit welcher IP-Adresse oder SMS-Code versendet und wer es unter-

zeichnet hat. Vor Gericht hat die so getätigte Unterschrift eine ähnliche Beweiskraft wie ein Papierdokument und ist in allen Business-Abläufen einsetzbar.

Inwieweit sind die Deutschen schon bereit, darauf zu verzichten, wichtige Verträge schwarz auf weiß zu unterschreiben?

Generell sind sie eher skeptisch gegenüber digitalen Technologien, und die Mehrheit verwendet noch Papier. Das wird sich aber schon sehr bald ändern. Man sollte schließlich bedenken: Die Einführung der elektronischen Signatur bietet einen idealen Einstieg in die angestrebte Digitalisierung eines Unternehmens, weil sie erfahrbar macht, wie viel Kosten und Zeit sie einspart. Und: Man weiß zu jedem Zeitpunkt, wo sich der Vertrag befindet und wer ihn noch zu unterzeichnen hat.

Appell an den digitalen Pragmatismus

Wenn kleine und mittelständische Betriebe wettbewerbsfähig bleiben und ihre Wertschöpfung erhöhen wollen, kommen auch sie heute an der Digitalisierung nicht mehr vorbei. Dies thematisierte die Konferenz »smarter_mittelstand« in Leipzig und lud mehrere Hundert Führungskräfte dazu ein, sich sowohl mit digitalen Technologien als auch mit neuen Denkweisen vertraut zu machen.

Wie schätzen deutsche Mittelständler die Bedeutung der Digitalisierung ein? Mit überraschenden Umfrageergebnissen eröffnete die Konferenz »smarter_mittelstand« in Leipzig: 27 Prozent bezeichneten den Begriff als nicht klar definiert und 30 Prozent der Befragten gaben an, die Digitalisierung sei nicht relevant. Zur Aufklärung rund

um die Bedingungen betrieblicher Transformationsprozesse trugen zahlreiche Fachvorträge und Podien der Konferenz bei.

Ob in Verlagen, im Transportwesen oder in der Baubranche: Der erste Schritt bestehe in der Verinnerlichung eines neuen »digitalen Mind-Sets« aufseiten der Unternehmensführung, die mit einer präzisen Zielvorstellung vorantreiben müsse, um den Rest der Belegschaft mitziehen zu können, erläuterte Alexander Krapp, CEO der SOULSURF GmbH: »Entscheidend ist nicht allein Big Data, sondern eine Vision: Wo will ich zukünftig stehen? Möchte ich als Maschinenbauer alle Teile nur noch online konfigurierbar machen oder nur meinen Kundensupport digitalisieren?« Die erfolgreiche Übersetzung analoger in digitale Prozesse erfordere neben der Marktanalyse vor allem die

Fähigkeit, einen Wandel in der Einstellung der Mitarbeiter zu erreichen: »Weg vom Motto »Das haben wir schon immer so gemacht« – hin zu neuen Gedanken und Lösungswegen.« Weil die Digitalisierung mit einer größeren Transparenz einhergeht, erfordere es dieser Prozess, im Betrieb eine »Kultur des Scheiterns« zu etablieren, die Misserfolge produktiv ausdeutet, so Krapp: »Die Frage ist: Warum sind Fehler geschehen – und wie können wir daraus lernen?«

Dabei sei der mittelständische Pragmatismus beim Aufbau digitaler Strukturen hilfreich, befand Christoph Wunderlich, Senior Consultant der All for One Steeb AG: Denn statt wie in Großkonzernen üblich zeitaufwendig nach der akademisch besten Lösung zu suchen, zeichne Mittelständler die Bereitschaft aus, im Hier und Jetzt an

einer vorläufigen Lösung zu basteln, »die für den Kunden vielleicht schon heute infrage kommt«.

Mit Verweis auf äußerst erfolgreiche digitale Geschäftsmodelle wie von Otto und Airbnb kam Jürgen Hamm von NetApp auf die Vielzahl möglicher Prozessoptimierungen zu sprechen: Ob es dabei um Haushaltsgeräte geht, die anstehende Wartungen per Datenübertragung an den Hersteller senden, um Supermärkte, die per Videoanalyse Stimmungswechsel ihrer Kunden auswerten, oder um innovative Tesla-Autos, bei deren Kauf man unbegrenzt kostenlose Software-Updates für die Lebensdauer des Fahrzeugs erwirbt. Auch wenn nicht alles, was technisch möglich ist, für jede Branche sinnvollerweise einsetzbar sei, ist Jürgen Hamm überzeugt: »Datenmanagement ist ein sehr einflussreicher Wirtschaftsfaktor.«



all for one
steeb

LBEBW
Sachsen Bank

AMAGNO
DIGITAL WORKPLACE

medialine.ag
systems & services

cewe-print.de
Ihr Online Druckpartner

NetApp

salesforce

CONVENT.de
EIN UNTERNEHMEN DER ZEIT VERLAGSGRUPPE

SMART DATA
FORUM

DATEV
TUV NORD

DEK
DIE ZEIT

in Kooperation mit
Bundesministerium
für Wirtschaft
und Energie