

# smarter\_mittelstand – digitalisierung 4.0



Digitalisierung ebnet den Weg für das Outsourcing – Melanie Kell, Geschäftsführerin der Kell Outsourcing GmbH, erklärte wie



Informieren, Neues entdecken und Netzwerken: Das macht den Reiz der Konferenz »smarter\_mittelstand« aus



Über den Wert einer starken Marke sprach Managing Director Maik Hofmann von hauser lacour kommunikationsgestaltung gmbh



Die Vorzüge von Datenbrillen im industriellen Umfeld erklärte Thomas Winzer, Management Board der INOSOFT AG

## Drei Fragen an Stefan Grimm, Mitbegründer und CEO der E-Commerce-Plattformen RESTPOSTEN.de und grosshandel.eu

Herr Grimm, wie smart ist aus Ihrer Sicht der Mittelstand in Deutschland?



Der deutsche Mittelstand ist schon smart, aber muss noch viel smarter werden! Manch ein Unternehmen befindet sich noch in der Aufwachphase. Ich denke, dass sich der Mittelstand noch von diversen Geschäftsmodellen, die sehr strukturiert sind, verabschieden muss und sehr viel disruptiver denken muss.

Prozess. Und dieser Prozess, wenn er nicht schon läuft, sollte schnellstmöglich und mit Nachdruck begonnen werden.

### Und was ist Ihr persönlicher Tipp?

Nehmen Sie sich als Unternehmer die Zeit zu schauen, was die Welt an Veränderungen offenbart. Es heißt immer: Man soll nicht zu viel im Unternehmen arbeiten, weil man dann nicht mehr am Unternehmen arbeiten kann. Und genau das ist der Punkt. Das Tagesgeschäft vereinnahmt uns, wir sind immerzu mit Detail-Innovationen beschäftigt. Wir müssen regelmäßig raus, damit wir nicht nur die eigenen Prozesse zwischen dem Lieferanten, uns und dem Kunden optimieren, sondern sehen, dass es auch ganz andere, neue Wege gibt, die entweder eine Chance für uns sind oder uns bedrohen. Deswegen: Raus aus dem Tagesgeschäft und regelmäßig schauen, was in der Welt an Innovationen stattfindet!

### Wie steht der deutsche Mittelstand Veränderungen gegenüber?

Deutsche und Veränderungen haben ein sehr zwiespältiges Verhältnis. Es ist nötig, sich zu verändern. Diese Veränderung kann nicht von oben verordnet werden, sondern erfolgt schrittweise. Es bringt nichts zu sagen: Wir verändern uns und ab jetzt müsst ihr anders sein. Weil der Mensch auf Knopfdruck kein anderer ist. Prägungen und Gewohnheiten machen uns zu dem, was wir sind. Wenn ich im Unternehmen als Mittelständler etwas verändern möchte, muss ich alle mitnehmen und diese Veränderung im Unternehmen leben. Das ist ein

## »Lieber mehr gewinnen als schneller verlieren«

**Alles auf Anfang, jeden Tag aufs Neue – Digitalisierung bedeutet Veränderung. Welche Innovationen die Welt bewegen und wie sie der Mittelstand für sich nutzen kann, war Thema der Konferenz »smarter\_mittelstand« in der Frankfurter Jahrhunderthalle.**

Nie zuvor hatte der Mittelstand so viele Chancen, Kunden zu erreichen und neue Geschäftsfelder zu erschließen. Oder gnadenlos unterzugehen, wenn man sich dem Wandel verschließt, den Kundennutzen vergisst und Internetgiganten kampflos das Feld überlässt. Die Kernfrage, die längst nicht mehr nur den E-Commerce betrifft, ist: Warum soll der Kunde morgen bei Ihnen kaufen? Ein Fazit der Konferenz: Weil er im Mittelpunkt steht. Immer. Das gilt auch für die digitale Markenfüh-

rung. Wenn große Player Milliarden investieren, um mit Marktzugang, Lieferzeiten und Preis bei Kunden zu punkten, bleibt nur eines: eine starke Marke.

### Vom Papier zum Prozess

Digitale Neuerungen prägen auch das Vertragsmanagement. »Vertragsinformationen so zu nutzen, dass sie aktiv die verschiedensten Prozesse im Unternehmen steuern, ist alles andere als Zauberwerk«, betonte Markus Funk, Leiter des Geschäftsbereichs Contract Management bei Smartconex. Er erklärte, wie die Experten von Smartconex alle Informationen und Abläufe, die bei Vertragsabschluss bekannt sind, in Steuerungs- und Workflowprozesse transformieren. Und zwar so, dass jede Frist, jedes vertragsrelevante Detail der richtigen Person zur richtigen Zeit zur Verfügung steht, revi-

sions- und compliancesicher. Seine Empfehlung: »Think big, start small! Beginnen Sie mit einem Bereich und rollen Sie das Vertragsmanagement dann weiter aus.«

### Lean und agil

Auch die Arbeitswelt verändert sich rasant, wird lean und agil, um schneller auf Kundenwünsche zu reagieren, bei der sipgate GmbH zum Beispiel. Wie Work Hacks, also konkrete Ideen, den Arbeitsalltag besser machen, stellte Marianna Tensi, Produktberaterin, vor. Statt zum Beispiel im Alleingang Projektpläne abzuarbeiten, ist beim Düsseldorfer Cloud-Telefonie-Anbieter Teamarbeit angesagt, nicht nur beim Programmieren, sondern bei jedem Projekt. Bei kurzen Stand-ups spricht sich das Team täglich ab, alle zwei Wochen wird in Retrospektiven überlegt, was besser laufen kann. Das Team entscheidet

auch darüber, ob und wer eingestellt wird. Das bedeutet: keine Hierarchien und Selbstverantwortung in allen Entscheidungen.

### Kunde im Fokus

Bei der Impulse Medien GmbH dreht sich ebenfalls alles um eines: den Kunden. Angelika Unger, Chefin vom Dienst digital, zeigte, was eine perfekte »Über uns«-Seite ausmacht und wie jeder aus Website-Besuchern Kunden machen kann – in vier Schritten: Indem der Anbieter 1. dem Besucher Nutzen verspricht, ihn 2. bei seinem Problem abholt und Lösungswege anbietet, ihm 3. zeigt, warum genau er der richtige Anbieter ist, und 4. den Kunden zum nächsten Schritt auffordert – zum Beispiel zur Teilnahme am Impulse-Online-Kurs »Website-Texte, die verkaufen«. Und dann wieder alles auf Anfang, jeden Tag aufs Neue.