

münster · 02.12.2019

# smarter\_mittelstand – digitalisierung 4.0



Veranstaltungsphotos: Matthias Rehmann  
Nicht mit der rosaroten, aber mit der VR-Brille! In der virtuellen Realität offenbaren sich mittelständischen Unternehmen neue Chancen.



Rund 300 Teilnehmerinnen und Teilnehmer ließen sich im Mövenpick Hotel in Münster inspirieren. Sie sammelten neue Ideen an Info-Ständen im Foyer, in drei Plenarsitzungen und zehn speziellen Foren, in denen konkrete neue Digitalisierungsstrategien für den Mittelstand diskutiert wurden.



Christoph Hertz, Co-Founder und CEO der visunext International GmbH, findet, es komme auf die persönliche Note an: »Hightech braucht Hightouch.«

**Drei Fragen an Hanno Renner, 29, Co-Founder und CEO des 2015 in München gegründeten Start-ups Personio, das heute bereits 250 Mitarbeiter beschäftigt.**



**Sie bieten eine Software für Personalverwaltungen. Was ist das Besondere daran?**

Personio ist ein ganzheitliches Betriebssystem, das den gesamten Mitarbeiterzyklus abdeckt: vom Recruiting übers On- bis zum Offboarding, aber auch Personalmanagement wie Urlaubsplanungs- und Arbeitszeiterfassung sowie Feedback-Tools. In diesem Jahr haben wir durch den Zukauf von »Rollbox« unser Portfolio erweitert um die Software für Lohnabrechnung. Durch diese Spannweite an Modulengewährungen wir reibungslose Abläufe in der Personalabteilung, die zu mehr Effizienz beitragen.

**Für Betriebe welcher Größe ist die Software geeignet?**

Konzipiert ist sie für Unternehmen mit zehn bis 2.000 Mitarbeiter. Die Umstellung geht bei uns übrigens vergleichsweise sehr schnell. Innerhalb von etwa sechs Wochen ist unsere Software implementiert und einsatzfähig.

**Inwiefern kann die Digitalisierung die Personalabteilung entlasten und Freiräume für andere Aufgaben schaffen?**

Das ist ein wichtiger Punkt! Auf der einen Seite automatisiert Personio viele administrative und zeitfressende Routinetätigkeiten, sodass sich Personaler anderen wertschöpfenden Aufgaben widmen können wie der Mitarbeiterentwicklung oder dem Employer Branding. Das ist umso wichtiger, als dass gerade der Mittelstand de facto über einen Fachkräftemangel klagt. Unternehmen benötigen heute eine moderne, starke Arbeitgebermarke, um attraktive Bewerber auf sich aufmerksam machen und anziehen zu können. Dazu gehört unter anderem auch, dass interne Prozesse digital abgebildet werden. Für junge Arbeitnehmer gehört das heute einfach dazu.

## Hightech braucht Hightouch

**Ist die persönliche Note im Business unverzichtbar? Eröffnet Disruption neue Perspektiven, und welche Fehler offenbart Ihre Website? Das digitale Zeitalter lebt von neuen Ideen. Welche zünden und wie der Mittelstand profitiert, wurde in Münster diskutiert, wo die bundesweite Initiative »smarter\_mittelstand« Station machte.**

»Lassen Sie sich von den Impulsen inspirieren«, lud Convent-Geschäftsführer Detlev Leisse die rund 300 Führungskräfte mittelständischer Unternehmen zum Brainstorming ein. In drei Plenarsitzungen wurden anschauliche Case Studies vorgestellt und anschließend in zehn Foren einzelne Aspekte vertieft. »Seit 30 Jahren gibt es in unserer Branche keinen Stillstand«, betonte Peter Anhut von der Lettern Service Düsseldorf GmbH.

1965 gegründet, bildet die LSD GmbH die Geschichte der Medienproduktion vom damaligen Bleisatz à la Gutenberg bis zur virtuellen Realität und Full-Media-Dienstleistungen wie E-Commerce und Applikationen ab. Die Unternehmensdevise ist zugleich als Rat ans Auditorium zu verstehen: Nicht nur neue Technologien adaptieren, sondern kreative Lösungen suchen, um sich von der Konkurrenz abzuheben.

### Disruption als Chance

»Digitale Transformation beginnt im Kopf und wirkt in die Bilanz.« Das ist eine Kernthese von Christian Neuser von der Firma Datev, die Software-Lösungen für steuerberatende Berufe liefert. Allein durch die Digitalisierung der Hauspost habe das 8000 Mitarbeiter starke Unternehmen einen sechsstelligen Euro-Betrag eingespart. »Planen Sie immer Kapazitäten für Innovationen ein.« Schließlich hätte

man sich mangels Vorstellungskraft im Kutschenzeitalter auch nur schnellere Pferde wünschen können und noch keine Automobile.

Jens Büscher appellierte hingegen, unbedingt durchzuspielen, wie man sein eigenes Unternehmen zerstören könnte. »Disruption ist der Motor unserer Existenz«, meinte der CEO von Amagno, einer Enterprise-Content-Management-Lösung. Obwohl das auch »irre Ängste« auslöse, sei es eminent wichtig, um sich für die schnelle Zukunft zu wappnen. Büscher ist sich sicher: »Traditionsunternehmen sind eine aussterbende Spezies.«

Es geht aber auch andersherum: Warum sich visunext bewusst in die Offline-Welt begibt, um nach 16 Jahren Digital-Business, 130 Mitarbeitern und 76 Millionen Euro Umsatz nun doch klassische Geschäftsfelder abzudecken, erzählte einer der Firmengründer. Christoph Hertz ist überzeugt:

»Hightech braucht Hightouch«, man müsse Technologien um die persönliche Note ergänzen. Deshalb wurden nun Außendienstler eingestellt und Showrooms eingeführt, um »das Beste aus beiden Welten zu kombinieren«.

### Homepage als Visitenkarte

Wie aber sieht es mit der Firmen-Website aus? Nicole Basel hält vier häufige Fehler für besonders fatal: den Einstieg vermässeln, nur über sich selbst schreiben, die Alleinstellungsmerkmale nicht herausarbeiten und ausgelutschte Formeln benutzen. Tipp der Digitalchefin der Impulse Medien GmbH: »In die Überschrift gehört ein Versprechen.« Joachim Helfer von Advantago richtete sein Augenmerk auf die Bewertungen. Rezensionen seien wie eine öffentliche Währung. »Es ist sechs bis sieben Mal teurer, neue Kunden zu gewinnen als Bestandskunden an sich zu binden.«



Mit freundlicher Unterstützung:



In Kooperation mit:

