

wirtschaft

All for One Steeb AG

Suchbegriff 1. All for One, -Steeb AG

Verlag Endriß & Schnitzer Werbe- und Verlags-GmbH, URL: www.endriss-schnitzer.com
Redaktion Industrie- und Handelskammer zu Leipzig, Tel.: 0341 1267 0, E-Mail: info@leipzig.ihk.de

Ausgabe 01.09.2017 • Nr. 9/2017
Seite 13
Rubrik

Medientyp Amts- und Verbandsblätter
Erscheinungsweise 10 x jährlich
Branche Wirtschaft Allgemein
Bundesland Sachsen

Publikation	verkauft	verbreitet	gedruckt	Reichweite Mio	Medien-Nr.
ihk.wirtschaft Leipzig	24.536	24.995	25.487	0,14	3722

© Copyright des Artikels liegt beim Verlag

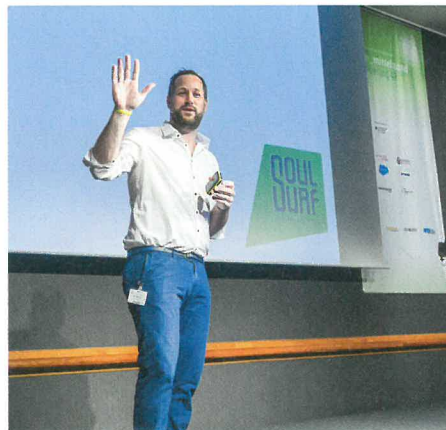
Bundesweite Initiative smarter_mittelstand machte in Leipzig Station

SMART IM MITTELSTAND IST MEHR ALS EINE OPTION

Digitalisierung kann auch in einzelnen Schritten erfolgen – dennoch geht es kaum ohne Paradigmenwechsel.

Alexander Krapp fragt seine Kunden aus dem Mittelstand mitunter recht plakativ: „Scannen Sie Rechnungen ein, kommunizieren Sie überwiegend per E-Mail? Oder haben Sie einen durchgängigen digitalen Prozess? Und zwar von der Maschine über die Materialbereitstellung und Lagerhaltung bis hin zur Steuerung der Logistik und Dokumentation?“ In seinem Eröffnungsvortrag der Konferenz „Smarter Mittelstand – Digitalisierung 4.0“ am 12. Juni in Leipzig betonte der Unternehmensberater und Inhaber der SOULSURF GmbH denn auch, dass Digitalisierung immer als strategische Unternehmensentscheidung zu begreifen ist, an deren Anfang eine klare Analyse der Ziele stehen muss, die das Unternehmen in zwei, drei oder fünf Jahren erreichen will – und wie sich Märkte und Kundenwünsche in dieser Zeit entwickeln.

„In der Realisierungsphase würde ich zuerst bei einer umfassenden Datenerfassung und -verarbeitung ansetzen, auf deren Basis dann die Systeme und Bereiche im



Alexander Krapp von der SOULSURF GmbH eröffnete die Leipziger Konferenz.

Unternehmen vernetzt werden können“, so der Experte. Nicht aus dem Blick zu verlieren sind dabei mögliche und nötige Änderungen bei Geschäftsmodell und neuen Produkten. Erst in der dritten Stufe kann dann das „Digital Mindset“ umgesetzt werden, also die volle Vernetzung von Produktion und Information – wobei es vor allem auf die Mitarbeiter ankommt. „Es wird nur funktionieren, wenn diese Entwicklung ein Kern der Unternehmenskultur und die Strategie Chefsache ist“, sagt Alexander Krapp.

Angesichts der in mittelständischen Unternehmen immer begrenzten Ressourcen, rät Christoph Wunderlich vom Unternehmensberatungsbüro all for one steeb, nach einer klaren Strukturierung der vorhandenen Daten und Möglichkeiten mit dem zu beginnen, was ohnehin auf absehbare Zeit geändert werden soll: „Gehen Sie einfach pragmatisch an die Aufgabe heran, Sie haben es viel einfacher aufgrund ihrer überschaubaren Strukturen und Entscheidungswege“, sagt er. Denn einzelne Segmente von Unternehmen wie etwa der Vertrieb lassen sich separat digitalisieren. Das gleiche gilt für einzelne Produkte. Entscheidend für den Erfolg sei dabei nicht allein die digitale Lösung, sondern ein für den Kunden klar erkennbarer Mehrwert.

Klassische Unternehmenswerte und Erfolgsfaktoren wie Tradition, Ordnung, hierarchische, klare Prozesse unterliegen ebenfalls einem fundamentalen Wandel – ihre Rangfolge wird zugleich durch neue Faktoren wie Flexibilität oder Selbstverantwortung der Mitarbeiter verändert. „Die digitale Transformation wird anders als bisherige Veränderungen in der Unternehmenskultur viel tiefgreifender wirken“, meint Christoph Wunderlich.

Manfred Schulze