



G.I.B. / Foto: Joe Kramer

Regionalagentur Westfälisches Ruhrgebiet - Netzwerkveranstaltung zur Digitalisierung der Arbeitswelt

Die Digitalisierung von Wirtschaft und Arbeitswelt ist für kleine und mittlere Unternehmen Chance und Herausforderung zugleich. In Schwerte diskutierte ein Netzwerk aus Unternehmen und Unternehmensberatern, wie sich die Chancen nutzen und die Herausforderungen bewältigen lassen.

Initiiert und organisiert wurde die Veranstaltung von der Regionalagentur Westfälisches Ruhrgebiet. Ein Bericht informiert mit Fotogalerie.

Wie lassen sich die Chancen der Digitalisierung nutzen und die Herausforderungen bewältigen? Christian Jürgenliemke von der Regionalagentur Westfälisches Ruhrgebiet brachte es gleich in seinem Eingangsreferat auf den Punkt: „Die Digitalisierung der Arbeitswelt wird kommen und alle Wirtschaftsbereiche erfassen, und die Arbeit, wie wir sie jetzt kennen, wird sich für alle verändern.“ Unternehmen, auch kleine und mittlere, stellt das vor enorme Herausforderungen. Anlass genug für die Regionalagentur, am 6. April 2017 in der Rohrmeisterei Schwerte eine Veranstaltung durchzuführen, in der Unternehmen die Möglichkeit hatten, „offene Fragen zur Digitalisierung zu klären sowie Ansprechpartner und Lösungen kennenzulernen.“

Steigender Digitalisierungsgrad auch bei KMU

Gedacht war das Treffen als Auftakt einer Reihe ähnlicher Veranstaltungen zum Thema „Digitalisierung“. Damit nimmt die Regionalagentur Westfälisches Ruhrgebiet – dazu zählen die Städte Dortmund und Hamm sowie der Kreis Unna – ihre Aufgabe wahr, die Vorhaben des Landes NRW vor Ort zu unterstützen und die regionale Öffentlichkeit zu informieren.

Eine aktuelle Studie im Auftrag der Landesregierung – „Digitale Wirtschaft Nordrhein-Westfalen“ – hat ergeben, dass die großen Industrieunternehmen „den digitalen Wandel nicht nur verstanden haben, sondern ihn auch konsequent für sich umsetzen“. Anders der Mittelstand. Hier ist der Digitalisierungsgrad deutlich geringer, wenn auch mit aufsteigender Tendenz. Doch noch immer, ist in der Studie zu lesen, hat eine große Zahl an KMU noch keinen Webauftritt und gilt damit als nicht-digital.

Das traf auf die in Schwerte vertretenen Unternehmen nicht zu. Sie alle verfügten zumindest schon über erste Erfahrungen im Digitalisierungsprozess. Eine gute Basis also, um über vier zentrale Fragen zu diskutieren: Wie haben sich Kunden- und Marktanforderungen geändert? Welche Hürden mussten überwunden werden und wie ist das gelungen? Sind die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für die digitalen Herausforderungen gerüstet? Und, ganz konkret: Wo sehen Sie für Ihren Betrieb Nachholbedarf und wie ließe der sich decken?



G.I.B. / Foto: Joe Kramer

Netzwerkveranstaltung 6. April 2017 – Digitale Transformation in KMU

Die Digitalisierung der Arbeitswelt wird kommen. Wie können Betriebe schon heute agieren, um mit ihren Unternehmen zukünftig wettbewerbsfähig zu bleiben? Christian Jürgenliemke von der Regionalagentur Westfälisches Ruhrgebiet erläuterte Moderatorin Simone Niewerth sowie den anwesenden Vertreterinnen und Vertretern von Unternehmen der unterschiedlichsten Branchen, wie die Regionalagentur und die Kooperationspartner im „Netzwerk Demografie“ Unternehmen bei den zukünftigen Veränderungsprozessen unterstützen.

Problemlösungen statt Werbemüll

„Kunden erwarten digitale Angebote von digitalen Unternehmen und möchten jederzeit und von allen Orten aus darauf zugreifen können“, wussten Volker Maiwald, Inhaber des Instituts für Mittelstandsförderung und der VM Unternehmensberatung, sowie Daniel Pusch, Gründer der Marketingplattform SIMdesign, in Schwerte zu berichten. „Anstatt Konsumenten zu unpassenden Zeiten mit nutzlosem Werbemüll zu belästigen“, so Daniel Pusch, „können sie wertvolle und nützliche Information erhalten, und zwar genau dann, wenn sie sie benötigen.“

Zur Illustration des von ihm favorisierten Marketings nach dem Prinzip „Geben“ lieferte der Web-Designer ein Beispiel: Um mehr Firmenkunden zu gewinnen, sucht der Inhaber einer Sprachschule gezielt nach mittelständischen Maschinenbauunternehmen, die ihr Exportgeschäft ausbauen wollen, aber über zu wenig Personal verfügen, das verhandlungssicheres Englisch spricht. Anstatt ungefragt Werbebriefe mit Leistung und Preisen zu verschicken, versendet er wertvolle Informationen in Form eines Einstufungstests auf seiner Homepage.

Mit ihm lässt sich prüfen, wie es um die entsprechenden Kompetenzen des Personals bestellt ist. Dazu wird ein Auswertungsgespräch angeboten. Daniel Pusch: „Und schon ist der Unternehmer bei dem, was einen potenziellen Kunden interessiert: Der Lösung seines Problems!“

Nicht nur der Blick nach außen jedoch, auf die Kundinnen und Kunden also, ist für eine erfolgreiche Digitalisierung unverzichtbar, sondern auch der nach innen, stellte Volker Maiwald vom Institut für Mittelstandsförderung klar: „Da alle Beschäftigten in irgendeiner Form davon betroffen sind, müssen auch alle eingebunden werden. Betriebe sollten bei der Digitalisierung dem Einzelnen ermöglichen, seine Kernkompetenzen besser zu nutzen. Dazu können sie auch attraktive Förderangebote wie etwa die Potentialberatung NRW in Anspruch nehmen.“

Digitalisierung: Mehr Zeit für strategische Aufgaben

„Sie haben mit der Digitalisierung Ihres Unternehmens Großes vor. Aber fangen Sie mit kleinen Schritten an!“ So macht Thomas Ormeloh, Geschäftsführer der FlexKontor GmbH in Hamm, kleinen und mittleren Unternehmen Mut für den Einstieg in die Digitalisierung. Das kann zum Beispiel, wie von FlexKontor angeboten, ein virtuelles Büro für die digitale Belegverarbeitung mit einem leistungsfähigen Archivsystem sein, bei dem Unternehmensprozesse auf Dokumentenbasis abgebildet werden.

„Mit der digitalen Belegverarbeitung in eine papierlose und mobilere Betriebswelt“, lautet dabei die Devise. Da ist zum Beispiel der „elektronische Aktenschrank“, eine unkomplizierte und zeitsparende elektronische Ablage kaufmännischer Belege, oder die Digitalisierung in der Finanzbuchhaltung. Dabei scannen Unternehmen ihre eingehenden Rechnungen und erhalten sofort eine tagesaktuelle Übersicht über ihre Verbindlichkeiten. Oder: Unternehmen importieren ihre geschriebenen Ausgangsrechnungen und erhalten eine tagesaktuelle Übersicht über ihre offenen Forderungen inklusive integriertem Mahn-Tool.

Das sind nur zwei von mehreren Möglichkeiten, die Richard Hielscher, beraten

von der FlexKontor GmbH, mit großem Gewinn für sein Unternehmen, die Hielscher GmbH Haustechnik, nutzt. Der Geschäftsinhaber: „Das digitalisierte System verschafft mir jederzeit und an jedem Ort einen exakten Überblick über alle wichtigen Geschäftsprozesse. Aufgrund des reduzierten bürokratischen Aufwands bleibt mir als Unternehmer mehr Zeit für wichtige, strategische Aufgaben etwa im Bereich Einkauf oder im Vertrieb.“

Strategisches Handlungspotenzial

Auch das zweite in Schwerte vorgestellte Beispiel wusste die anwesenden Vertreterinnen und Vertreter kleiner und mittlerer Unternehmen zu überzeugen. Hier, in der Firma „KADDI-Lack“, der „Dortmunder Lackmanufaktur“, ging es darum, im Rahmen des Projekts „Digitale Excellence NRW“ weiterführende Geschäftsmodelle wie Online-Shops und eine digitale Vermarktung zu entwickeln. Inhaber und Geschäftsführer Thomas Grüner: „Die Digitalisierung bedeutet für unsere Lack-Manufaktur einen tiefgreifenden Wandel in den Handelsprozessen. Industrie 4.0 bietet für uns die Chance, völlig neue Kundenmärkte zu erreichen und zu bedienen. Die Einführung neuer Technologien und Tools bedeutet aber auch, unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auf den Wandel vorzubereiten und zu qualifizieren.“

Auch wenn sich den Betrieben über die Digitalisierung strategische Handlungspotentiale eröffnen, um die eigene Wettbewerbsfähigkeit zu steigern und die Beschäftigten unter Nutzung neuer Technologien wie zum Beispiel der 3D-Brille oder des 3D-Drucks weiter zu qualifizieren – nicht alles muss automatisiert werden, lautete das Statement von Andreas Francke von der mpool consulting GmbH: Unternehmen müssen entscheiden, welcher Digitalisierungsgrad für ihren Betrieb der richtige ist.

An drei moderierten Thementischen diskutierten abschließend die anwesenden Unternehmen aus den unterschiedlichsten Branchen – von der Pflege bis hin zur Elektrotechnik - über die Chancen und Herausforderungen der Digitalisierung in ihrer Region auf die „Märkte“, die „Führung“ und die „Arbeit“ in ihren Betrieben. Ermunterndes Fazit war eine Aussage von Thomas Ormeloh, die der Behauptung, aller Anfang sei schwer, in Bezug auf die Digitalisierung komplett widerspricht. Der Diplom-Kaufmann: „Das Anfangen ist total einfach!“