

Veröffentlicht 29. September 2014

„IT im Unternehmen kann Spaß machen“

In Hamburg fand am 23. September 2014 die diesjährige Abschlussveranstaltung von „Antrieb Mittelstand“ statt. Die bundesweite Eventreihe ist Teil von „Mittelstand – Die Macher“, dem Web-TV-Portal für den Mittelstand. Jessica Wunder, Leiterin Segmentmarketing kleine und mittelständische Unternehmen bei der Telekom, gestaltet die Veranstaltungsreihe seit vergangem Jahr als eine der Hauptinitiatorinnen mit. Business-on.de Hamburg sprach mit ihr über den Weg zum digitalen Unternehmenserfolg von Kleinunternehmen und Mittelständlern.



Jessica Wunder:
Foto: Antrieb Mittelstand

business-on.de: Frau Wunder, Sie sind Expertin für cloudbasierte Produkte in Deutschland und betreuen Klein- und Mittelstandskunden der Telekom. Wie passt das zusammen?

Jessica Wunder: Produkte werden nicht entwickelt, weil das Produkt so gut ist, sondern für eine bestimmte Zielgruppe. Man muss – nach unserem Keynote-Speaker Edgar Geffroy – den „Kittelbrennfaktor“ des Kunden kennen. Produkte sollen den Arbeitsalltag erleichtern. Wenn Geschäftskunden heute einen Flyer erhalten mit einem tollen IT-Produkt – Cloud, Software as a Service, könnte man ja auch als IT-Produkte bezeichnen –, dann denken erst einmal viele negativ. Sie setzen IT gleich mit Ausfall und aufwändigem Support. Man muss die Verwandten anrufen oder den Sohn von einem Mitarbeiter, der helfen muss. IT heißt immer irgendwie „läuft nicht“. Und jetzt kommen wir und sagen: Ihre IT läuft super, weil sie Cloud heißt. Dann gibt es viele, die skeptisch reagieren: Läuft das denn wirklich, wenn es aus der Cloud kommt? Was ist denn da eigentlich anders, IT können wir ja auch und bis ich das alles umstelle, das dauert ... Auf unseren Events „Antrieb Mittelstand“ suchen wir das direkte Gespräch mit unseren kleinen und mittelständischen Geschäftskunden. Hier informieren wir darüber, was sie tun können, um in den digitalen Markt einzusteigen.

business-on.de: Und was ist das Besondere am Mittelstand?

Jessica Wunder: Herr Grothe vom Bundesverband mittelständische Wirtschaft (BVMW) sagte heute in seinem Vortrag, Deutschland sei in Sachen Digitalisierung noch lange nicht so weit. Nun sind mehr als 700 Teilnehmer heute auf dieser Veranstaltung eine Menge. Das sind die, die etwas ändern wollen. Der Mittelstand ist das Rückgrat unserer Wirtschaft. Darum wollen wir diese Unternehmen auch dabei unterstützen, sicher und einfach alle Möglichkeiten des Internets zu nutzen.

Wir haben das ganze Thema ja mit „6 Schritten zum digitalen Unternehmenserfolg“ besetzt, weil ein oder zwei Schritte allein nicht reichen.

business-on.de: Was können diese Schritte zum digitalen Erfolg alles umfassen?

Jessica Wunder: Erst einmal geht es darum, digitale Chancen zu erkennen und diese zu nutzen. Dazu gehört, das eigene Geschäft zu analysieren: Was habe ich in der Vergangenheit gemacht? Was lief gut, wo gab es Probleme? Zum Beispiel: Acht Jahre lang hatte ich eine Homepage, die erfolgreich lief. Jetzt reicht es nicht, einfach das Logo oben rechts auszutauschen. Ich glaube, dass wir genau dafür sehr viele Impulse geben. Wir stellen nicht das Produkt in den Vordergrund, sondern schauen, was gesucht wird. Und darauf geben wir Antworten und liefern Lösungsansätze. Es sind oft nur kleine Veränderungen, die Ihnen jedoch auf einmal mehr Follower und Besucher auf Ihre Homepage bringen. Es sind nicht Ihre Dienstleistungen, die zeigen, was Sie alles Tolles können, 25 Jahre Familienunternehmen usw. – das ist schön, aber das interessiert leider Ihre Leserschaft nicht. Also müssen Sie Antworten geben, passend zu Ihrem Produkt, was Ihre Kundschaft gerade in der Region oder bundesweit erwartet.

Auch müssen Sie Ihren Internetauftritt professionalisieren. Es gibt immer noch viel zu viele Unternehmen, die keine Homepage haben. Und viele Websites, die es heute gibt, sind starr. Mittlerweile reicht eine Homepage mit Bild, Kontaktbutton und Dienstleistungsbeschreibung nicht mehr aus. Also, was wichtig ist: Prüfen Sie Ihre aktuelle Internetpräsenz und wenn Sie noch keine haben, machen Sie eine auf. Es gibt für Einsteiger, Anspruchsvolle und Professionals unterschiedliche Modelle. Wir haben Referenzen von Kunden, die mit einer 5-Euro-Homepage sehr erfolgreich geworden sind. Es gibt Baukästen, Vorlagen und alles, was nötig ist, ohne ein großes Invest tätigen zu müssen.

business-on.de: Was ist über die eigene professionelle Website hinaus wichtig?

Jessica Wunder: Sie müssen natürlich auch die „verlängerten Arme“ berücksichtigen. Um neue Kundschaft anzusprechen, die viel online kauft, viel Umsatz generiert, sollten auch andere Kanäle, wie Facebook oder Twitter, eingebunden und aktiv betrieben werden. Zudem reicht es vielleicht nicht aus, nur einmal im Monat einen Newsletter zu versenden. Der Kunde erwartet tagesaktuelle Informationen, Sonderaktionen, Angebote und so weiter, die er auch über das Smartphone abrufen kann. Kreativität ist gefragt. Ich fand in einem heutigen Vortrag das Beispiel gut, dass ein Malermeister 200.000 Blogbeiträge hat. Ich bin mir sicher, der verkauft weiterhin die gleiche Dienstleistung und die gleiche Farbe. Nur redet er vermutlich darüber wie ein Raumgestalter, was man mit Farben und Spachtelarten alles machen kann.

business-on.de: Welche Herausforderungen bringt eine erweiterte digitale Kommunikation noch mit sich?

Jessica Wunder: Wenn Sie ins digitale Zeitalter starten, verschiedene Social-Media-Kanäle und eine Homepage optimieren oder ganz neu machen, muss auch der Arbeitsplatz und die IT entsprechend gestaltet sein. Der Kunde erwartet eine Reaktionszeit von maximal einem Tag. Jeder Mensch, der heute bei Ebay, Amazon oder einem der anderen großen Portale unterwegs ist, hat Reaktionszeiten von Sekunden. Das bekommt ein kleines Unternehmen nicht hin.

Es gibt auch im Mittelstand teilweise noch Reaktionszeiten von drei bis fünf Werktagen. Dann ist der Kunden schon längst woanders. Es ist ein bisschen so wie alte Zöpfe abzuschneiden. Wenn Sie in den Digitalisierungsmarkt reingehen, müssen Sie entsprechende Hardware und auch das Smartphone nutzen, um die Anfragen von Ihren Kunden direkt zu bearbeiten.

Ein Unternehmer kann die geforderte Servicekultur nur dann bedienen, wenn er Programme hat, die das unterstützen. Eventuell muss er auch einen Mitarbeiter einstellen, der diese Art von Marketing versteht. Das ist ein Generationsthema. Auch wenn der Unternehmer vielleicht selbst nicht im Internet surft oder die Social-Media-Kanäle versteht: Da draußen ist eine Kundschaft, die sucht und kauft im Internet. Diese gilt es zu verstehen.

Die Produkte, die früher nur Großkonzerne eingesetzt haben, um Mitarbeiter professionell auszustatten, gibt es heute auch für Kleinstkunden zu günstigen Konditionen. Darüber hinaus helfen tagesaktuelle Reportings, um den Kunden und dessen Kaufverhalten besser zu verstehen.

business-on.de: Datensicherheit dürfte ein weiterer Themenkomplex sein, richtig?

Jessica Wunder: Ja, auch das Thema Sicherheit ist ein wichtiger Schritt zum digitalen Erfolg. Es geht nicht darum, dass Sie Ihre Daten einfach in die Cloud legen. Sondern vielmehr: Wie gehen Sie mit Kunden- und Firmendaten um? Ist es immer noch das Notebook, auf dem Daten gespeichert werden oder sind es zwei Server, die an unterschiedlichen Standorten stehen? – Jeder sagt, er hat ein sicheres Datensystem. Ich glaube, im Mittelstand kann ich nicht erwarten, dass jeder zwei Server aufbaut und mehrmals täglich ein Datenbackup durchführt. Leider denken viele noch: Mein Server ist nicht alt, ich habe doch alle Updates gemacht ... und doch ist eine Menge zu tun. Sicherheit ist also ein großes Thema. Wir merken, dass das Datenvolumen immer größer wird und sich immer mehr in die Cloud verlagert. Also muss man dranbleiben, und neben den richtigen Arbeitsausrüstungen – also Hardware, professionelles E-Mail-Programm, Software für die Homepage – auch das Thema Datensicherheit in der Firma berücksichtigen.

business-on.de: Sie hatten in Ihrem Vortrag davon gesprochen, dass die Telekom sich mit der „Cloud made in Germany“ positioniert. Wird das nachgefragt?

Jessica Wunder: Ja, es wird gut nachgefragt. Ich bin bei der Produkteinführung von Cloud-Services in Deutschland dabei gewesen. Wir haben einen Online-Marktplatz und hunderte Unternehmen, die Cloudprodukte anbieten, angeschaut, Produkte ausgewählt und in ein Onlineregale gestellt – dem Business Marketplace der Telekom. Alle Produkte kommen aus Deutschland – außer zwei. Diese zwei Produkte sind extra gekennzeichnet, dass sie nicht im deutschen Rechenzentrum nach deutschem Recht gehostet werden. Transparenz ist ein wichtiger Faktor für die Kaufentscheidung. Es gibt auch viele Fakes. Wenn Sie bei Google „CRM Kundenmanagementsystem Cloud“ eingeben, dann werden Sie mehrere Millionen Einträge finden. Aber ich kann doch nicht von einem mittelständischen Kunden erwarten, dass er entscheiden kann, was davon ein echtes Cloud-Angebot ist.

business-on.de: Was ist Ihren Kunden denn wichtig?

Jessica Wunder: Unsere Mittelstandskunden haben viele Fragen: Woher kommt das Produkt? Welche Firma steckt dahinter? Wird es diese Firma in vier Jahren noch geben? Sie erwarten Seriosität. Tendenziell geht es allen Großkunden, mittleren und kleinen Kunden darum, wo ihre Daten liegen. Das mag im Privatkundenbereich anders sein, wenn Sie das Smartphone öffnen, dort Dinge verteilen, Fotos hochladen. Aber im Geschäftskundenbereich sind die Kunden sehr sensibel.

business-on.de: Hat sich das Thema Datensicherheit seit der NSA-Affäre aus Ihrer Sicht verändert?

Jessica Wunder: Wir haben vorher schon gesehen, dass viele Kunden fragen, wo liegen denn meine Daten? Sicherlich ist das Thema durch die Diskussion um den NSA-Skandal vielen nochmal bewusster geworden. Es war aber immer schon wichtig, dass die Daten in Deutschland gehostet werden. Der Hauptrisikofaktor im Security-Bereich ist allerdings immer der Mensch – der Mitarbeiter einer Firma.

Der Schaden, den er anrichtet durch Datenklau mit USB-Stick und Co. ist monetär immer noch größer als Angriffe über Hacker usw. Das wollen wir allerdings nicht wahrhaben. Auch ist es nicht so einfach, Security-Standards neben seinem Hauptgeschäft sicherzustellen.

business-on.de: Damit gibt es ja auch viel mehr Möglichkeiten flexibel und ortsungebunden zu arbeiten ...

Jessica Wunder: Wir haben hier auf dem Event ja gerade ein Interview mit dem Chefredakteur des Unternehmermagazins „Impulse“ gehört. Er hat sich selbstständig gemacht und seine Firmen-IT umgestellt. Er hat neue Produkte implementiert, um verteiltes Arbeiten überhaupt möglich zu machen.

Und so verstehen wir die sechs Schritte. Das hat alles miteinander zu tun. Nur auf eine Maßnahme zu setzen, das reicht nicht. Uns ist wichtig, dem Mittelstand eine gute Mischung zu präsentieren: Wir wollen Ideen schaffen, Impulse geben, Referenzkundenbeispiele ansehen. Wir unterstützen Unternehmer dabei, Entscheidungen zu treffen bei Produkten, Hardware, Software, Technologien, Sicherheitsstandards zu überdenken, Marketingstrategien auszuarbeiten, um letzten Endes neue Marktplätze und Kundenkontakte zu generieren. Das sind Dinge, die machen Spaß. Ja, IT kann Spaß machen.

business-on.de: Eine abschließende Frage: Wie erleben Sie den Standort Hamburg im Vergleich zu anderen Städten? Gibt es hier am Medien- und Digitalstandort bei den KMU andere Fragestellungen?

Jessica Wunder: Hamburg präsentiert sich als aufgeschlossene Stadt – auch beim Thema Digitalisierung. Wir dürfen aber nicht vergessen: Unsere Gäste sind kleine und mittelständische Unternehmen. Die stehen natürlich vor ganz anderen Herausforderungen. Sie haben keinen IT-Leiter, keinen Kommunikationsleiter oder Marketingchef, der sagt, „Wir machen jetzt mal eine neue E-Commerce-Kampagne“. Auch ist die Gruppe sehr heterogen – Einsteiger, Anspruchsvolle und Professionals. Einige Gäste waren 2012 schon einmal bei „Antrieb Mittelstand“ hier in Hamburg. Ein Herr hat sehr offen gesagt: „Ich habe 2012 eine Menge mitgenommen. Heute bin ich wieder da, um Neues zu lernen.“ Ich glaube, man ist nie fertig. Die Hamburger KMU haben auf jeden Fall mit über 700 Teilnehmern großes Interesse gezeigt. Es gab viele Gespräche auf dem Marktplatz und es wurden viele Informationen abgefragt. Hamburg ist eine Stadt, in der sich auch die kleinen und mittleren Unternehmen der Digitalisierung gegenüber offen zeigen.

business-on.de: Frau Wunder, vielen Dank!

— Das Interview führte Tanja Königshagen —

URL

https://www.business-on.de/hamburg/antrieb-mittelstand-it-im-unternehmen-kann-spass-machen-_id35284.html