



**Mittelstand 4.0**  
Kompetenzzentrum  
Bremen



# Digitalisierung im Nordwesten

Erfolgsgeschichten aus dem Mittelstand

Mittelstand-  
Digital 

Gefördert durch:



Bundesministerium  
für Wirtschaft  
und Klimaschutz

aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages

## IMPRESSUM

Eine Broschüre des Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrums Bremen

WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH  
Langenstraße 2-4  
28195 Bremen

Register und Registernummer: Amtsgericht Bremen HRB 3354 HB  
Umsatzsteuer-Identifikationsnummer gem. § 27a  
Umsatzsteuergesetz: DE11 441 38 16

Verantwortlich: Daniel Schneider  
Redaktion: Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Bremen  
Satz und Layout: Ann-Kristin Hitzemann (nice Design)

Bildnachweise:

Titel, Seite 10, 11, 13: Adobe Stock  
Seite 5, 7: Pixabay  
Seite 15, 17, 20, 21, 23, 25: Pexels

Stand: Februar 2022  
Druck: Müller Ditzen GmbH, Bremerhaven

## Editorial DIGITALISIERUNG IN DER PRAXIS

Sehr geehrte Damen und Herren,

das Thema Digitalisierung bleibt für alle Unternehmen eine Herausforderung. Selbst diejenigen, die sich frühzeitig und erfolgreich auf den Weg gemacht haben, müssen immer wieder nachjustieren, um den technologischen Trends und den geänderten Kundenerwartungen nicht hinterherzulaufen.

Aber auch für Unternehmen, die noch in den Startlöchern stehen, ist es nicht zu spät. In dieser Broschüre stellen wir acht Praxisbeispiele vor, in denen das **Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Bremen** gemeinsam mit Unternehmen aus dem Nordwesten erfolgreich nach Lösungsansätzen für ihre Herausforderungen gesucht hat.

Dabei wurden teilweise bereits ambitionierte Vorhaben ins Auge gefasst, beispielsweise die Einführung von Virtual-Reality-Technologien in der Konstruktionsabteilung einer Werft. In den meisten Fällen ging es aber

um kleinere – und dennoch sehr wertvolle – Schritte nach vorne, die für mehr Effizienz und Transparenz im Unternehmen sorgen.

Während diese Umstellungen oft zunächst eine zeitliche Belastung darstellen und von vielen Beteiligten ein Umlernen erfordern, möchte ich noch folgendes hervorheben: Die Weiterentwicklung eines Unternehmens durch Digitalisierung bietet einen nachhaltigen Mehrwert und macht meistens auch viel Spaß. Chancen erkennen, ergreifen und erfolgreich umsetzen – diese Möglichkeit bietet sich uns allen im Moment in besonders großem Maße. In diesem Sinne hoffe ich, dass diese Broschüre Sie anregt, die Optionen für Ihr eigenes Unternehmen zu entdecken – wir begleiten Sie mit dem Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Bremen sehr gerne auf diesem Weg!

Ich wünsche Ihnen viel Spaß beim Lesen!  
**Ihr Daniel Schneider und Team**





### WAS IST DAS MITTELSTAND 4.0-KOMPETENZZENTRUM BREMEN?

Das Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Bremen begleitet kleine und mittlere Unternehmen (KMU) dabei, den Herausforderungen der Digitalisierung zu begegnen und sie als Chance zu sehen. Als zentrale Anlaufstelle für alle Unternehmen in Bremen und dem Nordwesten Deutschlands arbeitet das Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Bremen branchenübergreifend und gibt Antworten auf Fragen der Digitalisierung aus der unternehmerischen Praxis. Unser Ziel ist es, Sie zu Themen der Digitalisierung zu informieren und Ihre digitale Transformation durch individuelle Unterstützungsmaßnahmen zu begleiten.

Fünf Partner bilden das Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Bremen. Die WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH leitet das Projekt federführend. Das BIBA - Bremer Institut für Produktion und Logistik GmbH, das OFFIS - Institut für Informatik, das Institut für Seeverkehrswirtschaft und Logistik (ISL) und der LEMEX - Lehrstuhl für Mittelstand, Existenzgründung und Entrepreneurship an der Universität Bremen stellen als wissenschaftliche Partner die Fachexpertise zu verschiedenen Schwerpunktthemen der Digitalisierung.

[www.kompetenzzentrum-bremen.digital](http://www.kompetenzzentrum-bremen.digital)

### WAS IST MITTELSTAND-DIGITAL?

Mittelstand-Digital informiert kleine und mittlere Unternehmen über die Chancen und Herausforderungen der Digitalisierung. Die geförderten Kompetenzzentren helfen mit Expertenwissen, Demonstrationszentren, Best-Practice-Beispielen sowie Netzwerken, die dem Erfahrungsaustausch dienen. Das Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK) ermöglicht die kostenfreie Nutzung aller Angebote von Mittelstand-Digital.

Das DLR (Projekträger) begleitet im Auftrag des BMWK die Kompetenzzentren fachlich und sorgt für eine bedarfs- und mittelstandsgerechte Umsetzung der Angebote. Das Wissenschaftliche Institut für Infrastruktur und Kommunikationsdienste (WIK) unterstützt mit wissenschaftlicher Begleitung, Vernetzung und Öffentlichkeitsarbeit.

Weitere Informationen finden Sie unter: [www.mittelstand-digital.de](http://www.mittelstand-digital.de)

### INHALT

- Wissensmanagement kann Leben retten..... 5
- Weniger verwalten – mehr tanzen..... 7
- Tradition setzt auf Social Media..... 11
- Digitalisierung im Baustoffhandel: Vertrieb durch digitale Services unterstützen..... 13
- Eine App, die in Zukunft das Schiffslogbuch ersetzen soll..... 15
- Virtual Reality auf der Werft..... 17
- Digitales Auftragsmanagement: Das papierlose Büro von morgen..... 21
- Einen anderen Weg einschlagen..... 23
- Was könnte in dieser Broschüre über Ihr Unternehmen stehen?..... 25



Diese fünf Partner bilden das Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Bremen

# WISSENSMANAGEMENT KANN LEBEN RETTEN



Die Medical Helpline Worldwide GmbH (MHW), ist ein international tätiges Unternehmen mit Sitz in Bremen, das medizinische und organisatorische Hilfeleistungen anbietet. Der Schwerpunkt liegt dabei auf den Mitarbeitenden von Geschäftskunden im Ausland, aber auch Privatpersonen erhalten Unterstützung in Bereichen wie Reise- und Tauchmedizin.

## DIE HERAUSFORDERUNG

Die Medizinbranche ist im Wandel, denn Telemedizin und digitale Angebote für Patientinnen und Patienten sowie für Kundinnen und Kunden sind wichtige Zukunftstrends. Die Mitarbeitenden bei der MHW brauchen daher stetig einen schnellen Zugang zu vielfältigem Wissen und operativen Handlungsmöglichkeiten. Das notwendige Wissen kann lebensnotwendig und zeitkritisch sein, befindet sich aber manchmal nur in den Köpfen einzelner Personen. Zum Beispiel entscheiden bei einem Tauchunfall oft schon wenige Stunden Verzug über Leben und Tod.

Durch die Kontaktbeschränkungen aufgrund der Coronapandemie steigt zudem der Druck, das Wissensmanagement dezentral zu organisieren. Die Digitalisierung des Wissens ist ein komplexes Vorhaben und bindet viele Ressourcen im Unternehmen.

## DER WUNSCH

Die MHW betrachtet sich als eine große Wissensbasis, die noch leichter zugänglich gemacht werden soll. Das Unternehmen hat in den vergangenen 20 Jahren zahllose Informationen über medizinische Gegebenheiten, logistische Strukturen, mögliche Partner, Zuständigkeiten, technische Kapazitäten und lokale sowie regionale Besonderheiten in ihren Datenbanken angehäuft. Das Ziel des Digitalisierungsvorhabens war es, diese

Informationen systematisch recherchierbar und geo-referenziert in einer Datenbank verfügbar zu machen.

Die MHW kam mit der Bitte um Unterstützung bei der Einführung eines Wissensmanagement-Tools in Form eines internen Wikis (ähnlich wikipedia.de) auf das Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Bremen zu.

## DIE VORGEHENSWEISE

Das Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Bremen bietet einen ganzheitlichen Betrachtungsansatz zu gewünschten Lösungen an. Unter diesen Voraussetzungen wurden in einem ersten Workshop sowohl erste Anforderungen an das neue Wissensmanagement aufgenommen, aber auch bestehende Abhängigkeiten zu verfügbaren Systemen skizziert. Es zeigte sich, dass viele Anforderungen bereits von dem Customer-Relationship-Management-System (CRM) die MHW gedeckt werden können.

### DIGITALISIERUNGS-ROADMAP

Die Digitalisierungs-Roadmap dient der Orientierung auf dem Weg zum angestrebten Ziel, das mit Hilfe eines Digitalisierungsvorhabens erreicht werden soll. Sie beschreibt zunächst den aktuellen Status und enthält darüber hinaus die vorgesehenen Maßnahmen und Meilensteine des Projekts samt Zeitplan.



Eine weitere geplante Maßnahme war die Erstellung und Verknüpfung einer Smartphone-App für Kundinnen und Kunden. Diese sollte Informationen und Mehrwerte für die jeweilige Urlaubs- oder Einsatzregion bieten. Hier konnte das Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Bremen die zu beschreitenden Wege in einer **Digitalisierungs-Roadmap** aufzeigen. Die Umsetzung erfolgte dann mit einem Praxispartner und wurde im Rahmen des Bundesprogramms „go-digital“ gefördert.

Die Aufgabe des Kompetenzzentrums Bremen besteht darin, Digitalisierungsprojekte in Unternehmen anzustoßen. Darüber hinaus unterstützen wir dabei, geeignete Umsetzungspartner zu identifizieren sowie – bei Bedarf – auch eine gezielte **Förderung** zu finden.

### FÖRDERUNG

Informieren Sie sich über aktuelle Förderprogramme zur Digitalisierung auf der Webseite des Bundesministeriums für Wirtschaft und Klimaschutz unter: [www.foerderdatenbank.de](http://www.foerderdatenbank.de)

Das Projekt selbst kann nicht vom Kompetenzzentrum umgesetzt werden. Während die MHW das Digitalisierungsvorhaben nun weiter vorantreibt, bleibt das Kompetenzzentrum Bremen mit dem Unternehmen im Kontakt und unterstützt bei Digitalisierungsfragen.

## DAS ERGEBNIS

Die Workshops mit dem Bremer Kompetenzzentrum haben für die MHW zu einer Gewissheit über die Leistungsfähigkeit des bestehenden Wissensmanagementtools geführt. Die hohe Integrität des Tools in die Unternehmensabläufe wird gestärkt und der Umfang weiter ausgebaut. So werden weniger finanzielle und personelle Ressourcen gebunden.

Ein weiteres Ergebnis der Zusammenarbeit ist die Teilnahme der MHW an dem Förderprogramm „go-digital“ des Bundesministeriums für Wirtschaft und Klimaschutz. So hat die MHW für die Umsetzung des erarbeiteten Anforderungskatalogs ein passendes Beratungsunternehmen gefunden, das nun das vorhandene CRM-System in Zusammenarbeit mit eigenen Mitarbeitenden weiterentwickelt. Durch den Austausch mit dem Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Bremen gelang es der MHW, die Umsetzung mit Zuversicht voranzutreiben.

### STIMME AUS DER PRAXIS:

*„Ein Workshop mit dem Bremer Kompetenzzentrum hat uns darin bestärkt, kein komplett neues Wissensmanagementtool einzuführen, sondern vorhandene Strukturen effizienter zu nutzen. Dies erspart uns sowohl hohe Investitionen als auch umfangreiche Schulungsmaßnahmen bei unseren Mitarbeitern.“*

**Sven Aumann**  
Geschäftsführer Medical Helpline Worldwide GmbH

# WENIGER VERWALTEN – MEHR TANZEN

Die Tanzschule Cordero López GbR sitzt im Herzen Bremens und bietet Tanzkurse für Salsa Cubana, HipHop, Dancehall, Kindertanz und mehr an.



## DIE HERAUSFORDERUNG

Die Tanzschule Cordero López hegte schon seit einiger Zeit den Wunsch, ihre Prozesse und Produkte zu digitalisieren, fand jedoch nicht die notwendige Zeit, sich mit diesem Thema auseinanderzusetzen. Als die Tanzschule aufgrund der Coronakrise und den damit einhergegangenen Kontaktbeschränkungen vorübergehend schließen musste, lag es nahe, über digitale Formate nachzudenken.

Eine Idee war es beispielsweise, die Tanzkurse in Videos festzuhalten und sie den rund 80 Tanzschüler:innen online zur Verfügung zu stellen. Gerade wenn die Tanzschule geschlossen sein sollte, zum Beispiel wegen einer erneuten Coronawelle, wäre dies eine gute Möglichkeit, das Angebot der Tanzschule zu erweitern.

Des Weiteren rückten die internen Abläufe der Tanzschule in den Fokus des Digitalisierungsvorhabens. Viele Buchungsprozesse und die Teilnehmendenverwaltung erfolgten im Projektzeitraum noch manuell in Papierform. So wurden beispielsweise Anmeldungen und Anzahlungen von Tanzschülerinnen und Tanzschülern handschriftlich vermerkt und abgeheftet. Anschließend wurden die Daten in ein System übertragen. Die Zeit, die für diese manuelle Bearbeitung verwendet wird, hätte besser genutzt werden können, beispielsweise für die Vermarktung der Tanzschule.

## DER WUNSCH

Der Wunsch der Tanzschule Cordero López war es, den Aufwand für Verwaltungstätigkeiten zu reduzieren, um weniger Zeit mit Buchhaltung, Controlling und allgemeiner Teilnehmendenverwaltung zu verbringen. Die ersparte Zeit sollte für Kundenbetreuung und Marketingaktivitäten genutzt werden.

Social-Media-Kanäle wie Facebook und Instagram werden auch für die Tanzschule immer wichtiger, sodass die neu gewonnene Zeit unter anderem für den Ausbau des **Social-Media-Marketings** gut genutzt werden sollte.

### SOCIAL-MEDIA-MARKETING

Die Sozialen Medien wie Facebook, Instagram und Twitter bieten gute Möglichkeiten, potenzielle Kundinnen und Kunden zu erreichen. Dabei geht es selten um den direkten Verkauf, sondern meistens um den Aufbau von Bekanntheit, Vertrauen und dauerhaften Kundenbeziehungen. Social-Media-Marketing sollte sich immer auf einer mittelfristig angelegten Strategie begründen.

## DIE VORGEHENSWEISE

Die Geschäftsleitung der Tanzschule hatte in erster Linie Interesse an einer Beratungsförderung für die Digitalisierung. In diesem Zuge nahm sie Kontakt mit dem Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Bremen auf und schilderte in einem ersten Gespräch kurz die Herausforderungen und Vorstellungen ihrer Tanzschule. Darauf folgte ein längerer Austausch, in dem mögliche Lösungsansätze besprochen wurden.

Die Tanzschule und die Expert:innen des Kompetenzzentrums erörterten zudem die grundsätzlichen Anforderungen an mögliche Software-Lösungen zur Unterstützung der Tanzschul-Prozesse. Im Anschluss setzte die Tanzschule die Recherche eigenständig fort und informierte sich über konkrete Tanzschulsoftware, die zur Lösung beitragen könnte.

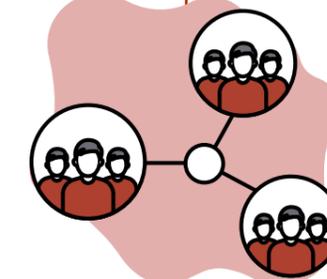
Wichtige Anforderungen waren unter anderem die Onlinebuchung von Schnupperstunden und Tanzkursen sowie das Verwalten, Bezahlen und Kündigen der gebuchten Angebote. Darüber hinaus wünschte sich Geschäftsführerin Ines Cordero López einen Verkauf von Tickets für Events – zum Beispiel Partys – über das Tool. Das Programm sollte über eine **Onlineplattform** laufen, damit die Datensicherheit hoch und die Ausfallquote so gering wie möglich sind. Das Kompetenzzentrum Bremen nahm die verschiedenen Tanzschul-Software-Tools zunächst genauer

unter die Lupe, um die Tanzschule Cordero López bei möglichen Unklarheiten bezüglich der Software unterstützen zu können. Im anschließenden Workshop gewichteten die Mitarbeitenden des Kompetenzzentrums gemeinsam mit der Geschäftsleitung die Anforderungen mit Hilfe einer **Nutzwertanalyse** und verglichen vier Tanzschulprogramme miteinander. So wurde weitgehend objektiv bewertet, welches Programm am geeignetsten ist und die wichtigsten Anforderungen erfüllt.

Aufgrund der Beschränkungen durch die Coronakrise fanden alle Gespräche zwischen der Tanzschule und dem Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Bremen per Onlinevideo-Tool statt.

### ONLINE-PLATTFORM

Online-Plattformen werden für Marketing und Vertrieb immer wichtiger. Auf diesen Plattformen treffen sich Anbieter:innen und Käufer:innen eines bestimmten Produkts oder einer Dienstleistung wesentlich effizienter, als wenn beide Seiten sich gezielt „in der weiten Welt“ finden müssten. Dafür verlangen die Betreiber:innen der Plattformen allerdings oft einen spürbaren Anteil am Umsatz.



## DAS ERGEBNIS

Die Entscheidung der Tanzschule fiel auf eine plattformbasierte Lösung. Ein Softwareunternehmen aus Österreich erfüllt viele Anforderungen der Tanzschule und bietet sehr guten Kundensupport. Zudem ermöglicht es die Software des Unternehmens, Kurse auf einer Plattform mit hoher Reichweite anzubieten, um weitere potenzielle Kundinnen und Kunden anzusprechen.

Die Tanzschule Cordero López testete daher diese Plattform im kostenlosen Probemonat mit einigen Kursen. Die Testphase lief sehr erfolgreich; die Lösung wird nun dauerhaft im Praxisbetrieb eingesetzt.

### NUTZWERTANALYSE

Bei der Nutzwertanalyse werden verschiedene Lösungsoptionen systematisch miteinander verglichen, um die beste Vorgehensweise zu identifizieren. Dabei werden zunächst die Entscheidungskriterien wie Kosten und Zeitaufwand festgelegt und gewichtet, ehe die Lösungen mit Hilfe eines Punktesystems bewertet werden.

Kriterien	Gewicht	Lösung A		Lösung B	
		Bewertung	Gesamt	Bewertung	Gesamt
Erfüllung der Anforderungen	25%	3	0,75	1	0,25
Kosteneinhaltung	25%	1	0,25	3	0,75
Produzierbarkeit	15%	2	0,30	2	0,30
Termineinhaltung	15%	1	0,15	3	0,45
Risiko der Umsetzung	20%	3	0,60	1	0,20
<b>Gesamt</b>	<b>100%</b>		<b>2,05</b>		<b>1,95</b>

Beispiel einer Nutzwertanalyse



#### STIMME AUS DER PRAXIS:

*„Schon allein dieser Tipp, Guck doch mal nach branchenspezifischer Software‘ war Gold wert, weil ich wahrscheinlich irgendeine Plattform gewählt hätte, die vielleicht gar nicht alle unsere Anforderung abdeckt.“*

**Ines Cordero López**  
Inhaberin der Tanzschule Cordero López GbR



# TRADITION SETZT AUF SOCIAL MEDIA



Die Gerhard Bruns GmbH & Co. KG ist ein Familienunternehmen, das seit fast 125 Jahren im Bereich Einzelhandel für Männermode tätig ist. Es bietet Bekleidung für den Herren in jeder Lebenslage: Herrenmode, große Größen und Berufsmode. Während die Kategorien Herrenmode und Berufsmode derzeit nur in regionalen Filialen erhältlich sind, gibt es für die großen Größen neben den Filialen zusätzlich einen Onlineshop.

## DIE HERAUSFORDERUNG

Für den Einzelhandel sind soziale Medien ein wichtiger Kanal, um junge Menschen anzusprechen, gerade in der Modebranche. Das Modehaus Bruns in Oldenburg verfügte zum Beginn der Zusammenarbeit bereits über zwei Social-Media-Kanäle (Facebook und Instagram), die parallel von mehreren Angestellten gepflegt wurden.

Da alle zuständigen Mitarbeiter:innen neben ihrer Haupttätigkeit im Verkauf die Social-Media-Kanäle pflegten, fehlte es an Zeit für die Entwicklung eines vorausschauenden Konzepts für das Marketing in den sozialen Medien. Auch einen einheitlichen Marken-Auftritt nach außen gab es nur bedingt. Dieser ist jedoch wichtig in einer Branche, in der die Konsumentinnen und Konsumenten über ein starkes Markenbewusstsein verfügen. Darüber hinaus erreichte das Modehaus noch nicht alle seine Zielgruppen über den Auftritt in den sozialen Medien.

## DER WUNSCH

Das Modehaus wollte die aktuelle **Social-Media-Strategie** überarbeiten, um die Zielgruppen besser zu erreichen und die Reichweite zu steigern. Die internen Prozesse sollten transparenter gestaltet und optimiert werden. Der bestehende Redaktionsplan sollte überarbeitet werden, sodass er maßgeblich für alle

genutzten Kanäle und Anwender:innen gilt. Langfristiges Ziel war es, den Unternehmensumsatz zu erhöhen, das Unternehmen überregional bekannter zu machen sowie die Kundinnen und Kunden stärker an sich zu binden.

## DIE VORGEHENSWEISE

Das Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Bremen führte gemeinsam mit dem Unternehmen Bruns Herrenmode zunächst eine Ist-Analyse des bisherigen Social-Media-Marketings durch. Dabei wurde besprochen, wie der Social-Media-Auftritt bisher gestaltet wird, welche Rolle der bestehende Redaktionsplan hierbei spielt, welche Angestellten die Social-Media-Kanäle pflegen und wie sie dies tun.



### SOCIAL-MEDIA-STRATEGIE

Um erfolgreiches Social-Media-Marketing (s. Artikel: *Weniger verwalten – mehr tanzen*) betreiben zu können, ist es ratsam, eine gezielte Strategie zu entwickeln. Grundsätzliche Fragen sind dabei beispielsweise: Auf welchen Kanälen erreichen wir unsere Zielgruppen am besten? Wie sprechen wir mit ihnen – werden sie etwa lieber geduzt oder gesiezt? Und wie reagieren wir, wenn wir heftig kritisiert werden?

Im ersten Workshop vermittelten die Expert:innen des Bremer Kompetenzzentrums den Beschäftigten des Unternehmens zunächst zusätzliche Wissensgrundlagen aus dem Bereich Social Media und stellten Best-Practice-Beispiele vor, insbesondere aus der Modebranche. Um tiefer in das Thema Social-Media-Marketing einsteigen zu können, war es wichtig, alle beteiligten Team-Mitglieder zuerst auf den gleichen Wissensstand zu bringen und ein gemeinsames Verständnis für Facebook und Instagram zu entwickeln.

Im zweiten Schritt nahm das Team die Zielgruppen des Modeunternehmens genauer unter die Lupe. Im Fokus stand die Frage: „Welche Zielgruppen haben wir und was macht sie aus?“ Hierbei fiel zum Beispiel auf, dass die **Persona** „Frau, die Kleidung für ihren Mann kauft“ in der bisherigen Kommunikationsstrategie keinen Platz hat, obwohl sie eine wichtige Zielgruppe repräsentiert.

Abschließend ging es daran, im Team Zuständigkeiten für die Social-Media-Kanäle zu definieren, die künftigen Ziele festzulegen und Maßnahmen zu formulieren. Nachdem die Strategie von den Angestellten und der Unternehmensführung vollständig ausgearbeitet worden war, startete die Umsetzung, bei der nun das neue Wissen und die neuen Strukturen angewandt wurden.

## DAS ERGEBNIS

Das Unternehmen verfügt über viele verschiedene Zielgruppen, die nicht alle Social-Media-affin sind. Dementsprechend galt es, die Personas genau zu definieren

## PERSONA

Die Entwicklung eines Profils („Persona“) der typischen Kundin oder des typischen Kunden gehört mittlerweile zum Standardhandwerk des Marketings, wird aber gerade in der Onlinekommunikation immer wichtiger. Das Beste, was die Kommunikation erreichen kann, ist, dass die Nutzer:innen sich mit ihren Bedürfnissen und ihrem Weltbild persönlich angesprochen fühlen („Ich habe das Gefühl, der Text wurde genau für mich geschrieben!“). Wenn dies gelingt, wird viel Vertrauen geschaffen.

und Markenstrukturen für die einzelnen Zielgruppen zu erstellen. Gemeinsam legte das Team fest, welche der erarbeiteten Zielgruppen bedient werden, auf welche Weise dies geschehen soll und welche der angebotenen Marken und Kleidungsstile für die jeweilige Gruppe interessant sein könnten. Zusätzlich erarbeiteten die Mitarbeitenden gemeinsam ein Konzept für regelmäßige Veröffentlichungen („Posts“) beziehungsweise Post-Reihen. Das Unternehmen stellte eine neue Mitarbeiterin in Teilzeit ein, die sich nun um die Pflege der Social-Media-Kanäle – insbesondere Instagram – kümmert.

## STIMME AUS DER PRAXIS:

*„Das Kompetenzzentrum Bremen mit dem vorhandenen Wissensschatz hat uns im Team auf das Thema ‚Social Media‘ einheitlich eingestimmt und den Handlungsbedarf noch einmal verdeutlicht.“*

**Kristina Feuereisen**  
Assistenz der Geschäftsführung, Gerhard Bruns GmbH & Co KG

# DIGITALISIERUNG IM BAUSTOFFHANDEL: VERTRIEB DURCH DIGITALE SERVICES UNTERSTÜTZEN



Die WBA Abdichtungssysteme GmbH ist auf sichere und nachhaltige Bauwerksabdichtung spezialisiert. Als Entwicklerin, Produzentin und Lieferantin bietet sie innovative Lösungen für Neubau und Sanierung.

## DIE HERAUSFORDERUNG

Das Bauwesen ist mit circa 2 Millionen sozialversicherten Beschäftigten einer der wichtigsten Wirtschaftszweige in Deutschland. Preisdruck durch eine globale Konkurrenz und knappe Fristen stellen Unternehmen dieser Branche vor große Herausforderungen. Darüber hinaus erfordern Ansätze zur Digitalisierung, beispielsweise das **Building Information Modeling (BIM)**, weitere Umstellungen von den Unternehmen.



## BUILDING INFORMATION MODELING (BIM)

Beim BIM werden alle relevanten Daten rund um ein Gebäude in einem digitalen Programm gebündelt. Dazu zählen Baupläne und die Dokumentation von nachträglichen Umbauten, aber auch die Daten, die im Zusammenhang mit dem Betrieb des Gebäudes erhoben werden – beispielsweise der Energieverbrauch. So sind die Daten über die gesamte Lebenszeit des Gebäudes jederzeit für die optimale Planung von Baumaßnahmen verfügbar und können auch beim Abriss das Recycling der Materialien unterstützen.

Baustoff-Fachhändler wie die WBA Abdichtungssysteme GmbH müssen sich diesen Trends stellen, um weiterhin erfolgreich zu sein. So ist der Vertriebsprozess von Bauprodukten mit seinen unterschiedlichen Prozessen und Zielgruppen eine wichtige wirtschaftliche Grundlage, die durch den zunehmenden Direktvertrieb der Hersteller beeinflusst wird. Zurzeit geht der Trend zu kompletten Systemangeboten in der Baustoffindustrie, sodass die traditionelle Beratungskompetenz des Fachhandels für individuelle Pakete aus zueinander passenden Baustoffen untergraben wird. Darüber hinaus wird die Bereitstellung umfangreicher Produktinformationen im Internet immer einfacher und die Bestellung bei spezialisierten Onlineshops für die Kundinnen und Kunden immer bequemer.

Daher müssen Baustoff-Fachhändler wie die WBA heute auch eigene Onlinekanäle als Informations- und Verkaufsinstrument einsetzen. Diese bieten dem Fachhandel aber auch die Chance, die eigenen Stärken herauszustellen und neue digitale Services für seine Kundschaft anzubieten.

## DER WUNSCH

Bei der WBA gab es schon viele verschiedene Ideen zur Digitalisierung der Unternehmensprozesse und der Ange-

bote. Die Verantwortlichen im Unternehmen wussten bei der Kontaktaufnahme mit dem Kompetenzzentrum Bremen aber noch nicht genau, wie und wo sie mit der Digitalisierung anfangen sollten. Dementsprechend bestand der Wunsch, eine Digitalisierungs-Roadmap zu erstellen, um entsprechende Maßnahmen Schritt für Schritt umsetzen zu können. Gleichzeitig war es dem Unternehmen wichtig, zu erfahren, welche externen Partner WBA hierbei unterstützen und fördern können. So sollten anspruchsvolle, aber auch realistisch machbare Ziele gesetzt werden.

## DIE VORGEHENSWEISE

Alle Projektbeteiligten skizzierten im Rahmen eines Workshops zunächst den Vertriebsprozess bei WBA und identifizierten die Stakeholder dieses Prozesses. Daraufhin leiteten die Teilnehmer:innen für jeden Schritt im Vertriebsprozess die Anforderungen für die Zukunft

ab, indem sie die Entwicklung in diesen Bereichen für die nächsten Jahre abschätzten. Auf dieser Basis entwarfen sie Ideen, wie sich WBA dort jeweils passend zur Unternehmensstrategie gut aufstellen und angemessen positionieren kann.

## DAS ERGEBNIS

Auf Basis des entwickelten Zukunftsszenarios diskutierten die Projektbeteiligten zuerst, welche Schritte WBA gehen muss, um sich für diese Herausforderungen aufzustellen. Dafür definierten sie eine grobe Digitalisierungs-Roadmap und beschrieben mögliche Wege dorthin (Was ist bereits vorhanden? Wo wollen wir etwas ergänzen?). Am Ende stand ein konkretes Konzept zur Erstellung von Onlineseminaren zur Schulung von Bauingenieurinnen und Bauingenieuren in der Auslegung von Abdichtungssystemen.

## STIMME AUS DER PRAXIS:



„Die Herausforderung von WBA Abdichtungssysteme war zum einen, dass eine schnelle, pragmatische Lösung gefunden werden musste. Zum Anderen gibt es in der Baubranche besondere Anforderungen an ERP-Systeme. Mit den Expert:innen des Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrums Bremen und aus dem Mittelstand-Digital-Netzwerk konnten wir hier zielgerichtet unterstützen.“

**Daniel Schneider**  
Geschäftsstellenleitung Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Bremen

# EINE APP, DIE IN ZUKUNFT DAS SCHIFFSLOGBUCH ERSETZEN SOLL



Die NautilusLog GmbH ist ein Start-up aus Hamburg, das 2018 gegründet wurde. Das Gründer-Team von NautilusLog hat eine innovative App entwickelt, die das Tracking, das Reporting und die Zusammenarbeit an Bord und an Land erleichtern wird. Viele Dokumentationsvorgänge, die bis jetzt noch auf Papier erfolgen, werden dabei digitalisiert.

## DIE HERAUSFORDERUNG

Auch in der heutigen digitalisierten Welt läuft in der Schifffahrt noch vieles analog und papierbasiert. So gibt es beispielsweise auf einem Schiff bis zu 18 verschiedene Papierlogbücher, die händisch mit Daten gefüllt werden. Die **NautilusLog-App** ist ein digitales Logbuch für die Schifffahrt, das diese Papierlogbücher ersetzen soll. Zudem kann die App alle relevanten Status- und Eventdaten verschiedener Schiffssysteme an Bord sammeln und darstellen.

Die Erprobung der Software des Hamburger Start-ups im Praxiseinsatz an Bord eines Schiffes war bisher teuer und zeitaufwendig, da Schiffe lange Zeit unterwegs und weit entfernt vom Unternehmensstandort operieren. Dies machte schnelles und flexibles Testen neuer App-Versionen oder Entwicklungsstände unmöglich.

## DER WUNSCH

Bisher musste durch das Unternehmen immer ein Schiff gechartert werden, um Szenarien an Bord testen zu können und Anpassungen an der App vorzunehmen. Um Kosten und Zeit zu sparen, entstand der Wunsch, die Erprobung des digitalen Logbuchs virtuell durchführen zu können. Ziel war es, Zyklen der Softwareentwicklung schneller und flexibler zu durchlaufen und somit die Qualität und Kosteneffizienz der Entwicklungen durch häufigere Anwendungstests zu steigern.

## DIE VORGEHENSWEISE

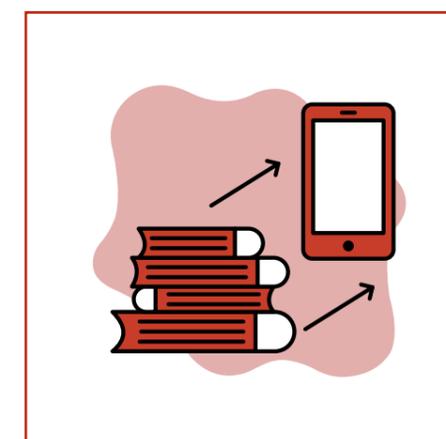
Das Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Bremen stellte dem Unternehmen die Technologieentwicklungsplattform **eMIR** zur Verfügung. NautilusLog band dort die eigene Software über eine standardisierte Schnittstelle ein. eMIR verfügt über verschiedene Simulatoren, darunter auch Schiffsführungssimulatoren, die es dem Team ermöglichen, ihre Software in typischen Szenarien auf einem virtuellen Schiff zu testen. Zum Beispiel kann das NautilusLog-Team die App während einer vordefinierten Schiffsfahrt von Hafen zu Hafen testen, ohne tatsächlich auf einem Schiff mitfahren zu müssen.

### eMIR

Die intelligente Demonstrationsplattform eMir, die vom OFFIS e.V. in Oldenburg entwickelt und betrieben wird, bietet Zugriff auf moderne Sicherheits- und Kontrolltechnologien. Darüber hinaus ermöglicht sie die Forschung zum besseren Verständnis maritimer Systeme und dient als leistungsfähige Testumgebung für die Entwicklung von neuen Softwaresystemen.  
[www.emaritime.de](http://www.emaritime.de)

## DAS ERGEBNIS

Die Anbindung der App an die bestehende IT-Infrastruktur verlief erfolgreich. Aktuell arbeitet NautilusLog an der Einführung eines ISO-Standards für die Datenschnittstellen, um ein einheitliches Vorgehen bei der Datenerfassung und -übertragung gewährleisten zu können. Sobald dieser ISO-Standard verabschiedet wurde, werden die Tests zur Finalisierung des Projekts abgeschlossen. Die Zusammenarbeit mit dem Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Bremen ist immer kostenlos. NautilusLog konnte durch die Zusammenarbeit Lizenzkosten für die Nutzung des Schiffsführungssimulators einsparen.



### STIMME AUS DER PRAXIS:

*„Der Simulator ist ideal für unsere Entwicklungsarbeit. Wir können dort neue Versionen unserer Software testen, ohne dass wir auf hohe See müssen. Unser Testaufwand reduziert sich so von Wochen auf Stunden.“*

**Otto Klemke**  
Geschäftsführer NautilusLog GmbH



### HÖREN SIE REIN

Erfahren Sie mehr über dieses und weitere Projekte in unseren Podcasts unter:  
[www.kompetenzzentrum-bremen.digital/podcasts](http://www.kompetenzzentrum-bremen.digital/podcasts)



## KUNDINNEN UND KUNDEN DEN BLICK IN DIE ZUKUNFT ERMÖGLICHEN: VIRTUAL REALITY AUF DER WERFT

Die Tamsen Maritim GmbH ist eine deutsche Schiffswerft mit Sitz in Rostock an der Warnow. Die Werft hat sich als Reparatur- und Servicewerft an der Ostsee etabliert und ist auf den Bau von Yachten und Spezialschiffen bis 60 Meter Länge spezialisiert.



### DIE HERAUSFORDERUNG

Der Bau eines Schiffes ist kosten- und zeitintensiv. Um sicherzugehen, dass alle technischen und ergonomischen Anforderungen an das Schiff erfüllt werden, greifen Werften bei der Konstruktion auf lebensgroße Modelle zur Visualisierung des möglichen Endergebnisses zurück. Üblicherweise werden wichtige Bereiche des Schiffes, insbesondere die Brücke, deshalb im Maßstab 1:1 aus Leichtbauwänden gebaut, um sich an diesen Modellen orientieren zu können.

So können Kundinnen und Kunden vorab testen, ob alle Instrumente richtig platziert und bestimmte Auflagen erfüllt sind – zum Beispiel bei Seenotrettungsbooten. Wenn dies nicht der Fall ist, wird das Modell noch einmal umgebaut. Sowohl der Bau der Schiffsmodelle in Lebensgröße als auch notwendige Anpassungen der Modelle im Nachhinein sind mit hohem Kosten- und Zeitaufwand verbunden.

### DER WUNSCH

Der Wunsch von Tamsen Maritim war es, den Neu- und Umbau von Schiffen so flexibel wie möglich zu gestalten und somit schneller auf Änderungswünsche der Kundschaft reagieren zu können. Dementsprechend bestand eine Idee darin, die vorhandenen 3D-Daten der Schiffe bereits im Bauprozess als digitale Simulation verfügbar zu machen,

ohne reale Modelle bauen zu müssen. Je komplexer ein Fahrzeug ist – vom Auto übers Flugzeug bis zum Schiff – desto komplexer und umfangreicher werden auch die Daten des jeweiligen Modells. Um die Datenmenge von 3D-Schiffsmodellen effizient bearbeiten zu können, bedarf es leistungsstarker IT-Werkzeuge.

Für dieses Projekt wählte die Werft verschiedene **Virtual-Reality-Technologien (VR)** und testete sie im Rahmen von Schiffsum- und -neubauten. Die VR-Technologien ermöglichen es, mit geringem Aufwand die Größe oder Position von Bauteilen zu verändern.



#### VIRTUAL REALITY (VR)

In der virtuellen Realität (VR) wird alles, was Anwender:innen in der VR-Brille vor Augen haben, von einem Computer generiert. So lässt sich eine komplette Fantasiewelt erzeugen, in der man sich bewegt. Im wirtschaftlichen Zusammenhang geht es oft darum, Räumlichkeiten oder Gegenstände zu simulieren, die es a) noch nicht gibt oder die sich b) an einem anderen Ort der Welt befinden. Zunehmend wird auch daran gearbeitet, persönliche Treffen per VR stattfinden zu lassen – als Weiterentwicklung von Videokonferenzen.

### DIE VORGEHENSWEISE

Entstanden war die Idee im Rahmen von mehreren Innovationswerkstätten, die das Fraunhofer IGD aus Rostock – ein Partner des Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrums Bremen – mit der Werft durchführte. Im ersten Schritt wurde zu Demonstrationszwecken ein Prototyp auf der Basis der Mixed-Reality-Brille Microsoft HoloLens umgesetzt.

Der erste Einsatz des Prototyps erfolgte in der Reparaturabteilung der Werft. Mit Hilfe des Demonstrators wurde hier erprobt, ob man durch den Einsatz einer Augmented-Reality-Brille die Abläufe in der Wartung und dem Service schlanker gestalten könnte. Die Datenbrille kann den Nutzer:innen beispielsweise Handlungsrichtlinien für bestimmte Aufgaben anzeigen.

Da Tamsen Maritim seine Fachkräfte selbst ausbildet und diese ihre Aufgaben genau kennen, brachte die Brille in der Reparaturabteilung jedoch keinen nennenswerten Effizienzgewinn. Hier zeigte sich, dass der Einsatz einer solchen Brille in diesem Bereich nicht sinnvoll ist.

### DAS ERGEBNIS

Während der Workshops kristallisierte sich heraus, dass der Einsatz der Datenbrille an anderer Stelle ein sehr viel größeres Potenzial bietet als in der ursprünglich vorgesehenen Abteilung.



#### AUGMENTED REALITY (AR)

Die Augmented Reality verbindet die reale Welt mit einer virtuellen Welt. Wenn eine Mechanikerin beispielsweise in 30 Meter Höhe einen Kran repariert, kann sie durch ihr AR-Headset die Maschine sehen, an der sie schraubt, gleichzeitig aber auch einen Schaltplan oder andere Informationen über dem realen Bild einblenden lassen. So bleiben ihre Hände frei und sie erspart sich das Entfalten einer Bedienungsanleitung unter schwierigen Bedingungen.

VR kann helfen, die Kundinnen und Kunden bereits während der Planungs- und Konstruktionsphase des Schiffes stärker in den Prozess einzubeziehen. Mit Hilfe der VR-Anwendung können die Auftraggeber:innen bereits lange vor Fertigstellung sehen, wie ihr Schiff gestaltet sein wird, und bei Bedarf umgehend Änderungen vornehmen. So können Kosten und Zeit beim Schiffbau eingespart und die Kundenzufriedenheit nach der Fertigstellung des Schiffes gesteigert werden.

Der neue Ansatz bewährte sich beispielsweise bei der Konstruktion von Seenotrettungsbooten, deren Cockpits trotz ihrer Enge auch bei schwerer See sehr effizient und sicher bedienbar sein müssen.

Die Auftraggeber:innen konnten die Cockpits bereits frühzeitig in der virtuellen Realität betreten und ihre Änderungswünsche äußern.

Für den Erwerb einer VR-/AR-Brille mit der entsprechenden Technologie fallen Kosten in Höhe von circa 1.500 € an. Hinzu kommen Kosten für den Import der 3D-Objekt-daten in eine entsprechende Software sowie die Anpassung des Modells.

Die Kosteneinsparungen durch Nutzung von 3D-Daten anstatt eines lebensgroßen Modells richten sich stark nach der Größe und Komplexität des Objekts, das abgebildet werden soll – in diesem Fall eines Schiffes beziehungsweise Bootes und der zugehörigen Schiffsbrücke.



### MIXED REALITY (MR)

Die Mixed Reality verbindet wie die Augmented Reality die Wirklichkeit vor den eigenen Augen mit einer virtuellen Realität, die darüber projiziert werden kann. Im Gegensatz zur AR ist MR aber noch etwas intelligenter: Die realen und virtuellen Inhalte des Bildes können miteinander interagieren. Eine virtuelle Katze könnte hier eine echte Maus jagen (wovon die Maus allerdings nichts mitbekommen würde).

### STIMME AUS DER PRAXIS:

*„Das Unternehmen bekommt jetzt ein Gefühl dafür, was möglich ist und welche organisatorischen Veränderungen geschaffen werden müssen, um den größten Nutzen aus der Technologie zu ziehen“*

Dipl.-Inf. Guntram Flach  
Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Bremen



### DIGITALISIERUNG ERLEBEN UND ERFAHREN

Sie möchten digitale Technologien und Anwendungen konkret testen? Nutzen Sie die an unseren Standorten aufgebauten Demonstratoren zum Erproben. Wir zeigen Ihnen wie z.B. Virtual Reality (VR), Chatbots oder Cloud-Systeme funktionieren und wie Sie diese Anwendungen auch in Ihrem Unternehmen einsetzen können. Melden Sie sich bei uns und wir zeigen Ihnen Digitalisierung zum Anfassen!

[www.kompetenzzentrum-bremen.digital/demonstratoren](http://www.kompetenzzentrum-bremen.digital/demonstratoren)



# DIGITALES AUFTRAGSMANAGEMENT: DAS PAPIERLOSE BÜRO VON MORGEN

Die MEGALIFT Bremen GmbH ist ein Anbieter für Kran- und Baugewerke. Das bundesweit agierende Unternehmen ist marktführend in Norddeutschland. Mit 15 Kranen und mehreren Schwerlasttransportern deckt es ein breites Spektrum an Anwendungsbereichen ab – vom Brückenbau bis zur Windturbinenerrichtung.



## DER WUNSCH

Das Unternehmen wünschte sich, den administrativen Aufwand in Verwaltung und Betrieb deutlich zu reduzieren. Von der Beschleunigung der Prozesse erhoffte sich die Unternehmensleitung insbesondere drei Punkte:

- eine schnellere Reaktion auf Kundenanforderungen, insbesondere in der Disposition
- eine Senkung des Fehlerpotenzials in den Arbeitsabläufen, beispielsweise in der Dokumentation
- eine Reduzierung der Belastung von Mitarbeitenden, im Wesentlichen Belastungen in Form von Mehrarbeit.
- Dies sollte unter anderem durch eine Vermeidung von Medienbrüchen in den Prozessen gelingen

## DIE VORGEHENSWEISE

Mit dem Wunsch, mehr über die Möglichkeiten der Digitalisierung zu erfahren, wandte MEGALIFT sich an das Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Bremen. Die Zusammenarbeit begann mit einer Ist-Zustand-Analyse

während eines Besuchs von Vertretenden des Kompetenzzentrums vor Ort. Unternehmensvertretende und externe Sachverständige betrachteten die Annahmeverläufe, die Auftragsplanung und -durchführung sowie das Rechnungswesen.

Um den Soll-Zustand zu definieren, richtete das Kompetenzzentrum anschließend einen sogenannten **Design Thinking Workshop** aus. Die beteiligten Unternehmens- und Institutsvertretenden entwickelten Digitalisierungsideen und priorisierten die Anforderungen und Lösungsansätze.

Dabei definierten sie unter anderem folgende Ziele:

- eine papierlose Büroführung, um Prozesse zu vereinfachen und Ressourcen zu schonen
- Einsatz von mobilen Endgeräten, um einen durchgängigen elektronischen Zugriff auf alle wichtigen Informationen aus dem Tagesgeschäft zu gewährleisten

- ein GPS-Tracking der Fahrzeuge, um es mit den mobilen Lösungen zu verknüpfen
- Nutzung von kompatiblen technischen Systemen, um Insellösungen zu vermeiden

Im dritten Schritt wurde ein Digitalisierungskonzept erstellt. Unter Anleitung des Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Bremen wurden von einer Studierendengruppe eine Marktrecherche durchgeführt, die Wirtschaftlichkeit geprüft und erste Prototypen entwickelt. In der Umsetzungsphase orientierte sich MEGALIFT zunächst an vergleichbaren Best-Practice-Lösungen und suchte dann die passenden Partner. Die Umsetzung beinhaltet auch eine kontinuierliche Verbesserung der Lösungen und Prozesse auf Basis der gesammelten Erfahrungen.

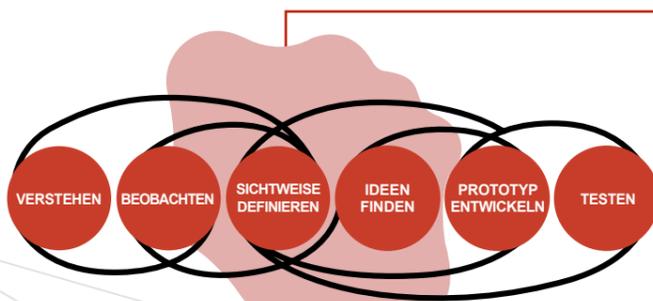
## DAS ERGEBNIS

MEGALIFT setzt nun für die Angebots- und Auftragserstellung sowie zur Disposition eine Branchensoftware ein. Diese trägt zur Papiereinsparung und einfacheren Aktualisierung bei. Die Mitarbeitenden des Betriebs arbeiten vor Ort bei den Kundinnen und Kunden mit

Tablets, sodass sie Informationen einfacher und schneller ins Büro übermitteln können. Gleichzeitig ermöglicht diese Lösung eine effektive Zeiterfassung bei der Lieferung und eine genauere Gesamtkostenanalyse. In naher Zukunft möchte das Unternehmen zudem ein Dokumentenmanagementsystem einführen. Geplant ist auch eine Lösung zum GPS-Tracking der Fahrzeuge, wodurch präzisere Aussagen bezüglich der Ankunftszeiten bei Kundinnen und Kunden möglich sind.

Das Projekt hat gezeigt, dass die Einbindung von Mitarbeitenden ein wesentlicher Faktor bei der Digitalisierung eines Unternehmens ist. Zur Motivation der Mitarbeitenden hat MEGALIFT deshalb entlang des gesamten Projekts den Austausch mit den betroffenen Beschäftigten gesucht sowie Schulungen und Workshops durchgeführt. Parallel wurde die interne IT-Kompetenz ausgebaut.

Um das Gesamtvorhaben umsetzbar zu machen, hat MEGALIFT es in Arbeitspakete und Teilaspekte gegliedert, die anschließend priorisiert wurden.



## DESIGN THINKING

Beim Design Thinking handelt es sich um eine Methode zur gezielteren Lösung von Problemen, indem verstärkt die Sicht der Anwender:innen eingenommen wird. Durch die Einbindung möglichst vieler Perspektiven soll der Innovationsprozess zu Ergebnissen führen, die sowohl realistisch umsetzbar sind als auch die Bedürfnisse der potenziellen Nutzer:innen bestmöglich befriedigen.



### STIMME AUS DER PRAXIS:

*„Den Vorteil der ganzen Digitalisierung sehe ich darin, dass Wege beschleunigt werden, weniger Papier benötigt wird und weniger Informationen verloren gehen.“*

**Bernd Preuße**  
Geschäftsführer MEGALIFT Bremen GmbH

## MIT NAVIGATIONSSYSTEM DURCH DIE DIGITALISIERUNG: EINEN ANDEREN WEG EINSCHLAGEN



Die Fahrschule Ukas bildet bereits seit 1968 Fahrschülerinnen und Fahrschüler in Bremen-Nord aus. Das Unternehmen nutzt dabei moderne Lösungen zur Individualisierung des Unterrichts, beispielsweise die Möglichkeit zur eigenständigen Vorbereitung auf die Prüfung am PC.

### DIE HERAUSFORDERUNG

Zwei große Baustellen haben sich im Alltag der Fahrschule Ukas ergeben:

- Ineffizienz in operativen Abläufen, zum Beispiel durch die Dopplung von Arbeit und den fehlenden Überblick über gegenseitige Arbeitsabläufe sowie die damit verbundenen Abstimmungsprobleme
- die Abstimmung und Koordination mit den Fahrschülerinnen und Fahrschülern, die immer wieder eine Herausforderung darstellt

### DER WUNSCH

Das Unternehmen wünschte sich eine Zusammenführung und Vereinfachung der eingehenden Informationsströme sowie eine Minimierung der Papierlast. Die Belegschaft sollte entlastet und der alltägliche Arbeitsablauf vereinfacht werden. Dabei kristallisierte sich in den gemeinsamen Gesprächen der Wunsch nach einem zentralen Kommunikationskonzept heraus. Dieses Konzept sollte Kommunikationskanäle, Schnittstellen und digitale Arbeitsabläufe festlegen und in den Alltag integrieren.

Ziel war es, dass die Geschäftsführung und die Angestellten sowohl die Kommunikationswege als auch die Auftragsabläufe transparent und zielgruppengerecht einsehen können. Dies könnte auch die Motivation und Kooperationsbereitschaft der Mitarbeitenden weiter steigern. Im Fokus stand dabei eine langsame Eingliederung

von Veränderungen, wobei zunächst die gewohnten Arbeitsmittel (Computer- und Papierarbeit, Funktionen des Smartphones) und Vorgehensweisen berücksichtigt und anschließend stetig optimiert werden sollten.

### DIE VORGEHENSWEISE

Der Kontakt zum Unternehmen kam durch ein aktives Vorstellen des Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrums in einem Gespräch zustande. Ein stetiger und intensiver Austausch zwischen der Fahrschule und dem Team des Kompetenzzentrums über einen Zeitraum von zwei bis drei Wochen ermöglichte allen Beteiligten eine Vertiefung der Inhalte, die anschließend gemeinsam in einem Handlungsplan ausgearbeitet wurden.

Der im ersten Unternehmensdialog vom Bremer Digitalisierungsteam gewonnene Einblick diente als Basis für den ersten Workshop mit dem Unternehmen Ukas. Das Kompetenzzentrum-Team erarbeitete vorab in Kooperation mit Fahrlehrer:innen eine **Prozessanalyse**, um einen transparenten Überblick über stereotypische Arbeitsabläufe einer Fahrschule zu gewinnen. Diese Vorarbeiten stärkten die Zusammenarbeit im weiten Verlauf der Gespräche.

Gemeinsam ordneten die Angestellten und die Geschäftsführung problematische Arbeitsabläufe den entsprechenden Bereichen des abgebildeten Prozesses zu, was eine Visualisierung von „Problemzonen“ im Prozess

ermöglichte. Zudem half diese Form der Visualisierung, Missverständnisse aufgrund unterschiedlicher Expertisen im Arbeitsteam auf ein Minimum zu reduzieren.

Die Problemzonen wurden daraufhin in einer vertiefenden Maßnahme zu problematischen Hauptaktionsfeldern zusammengeführt, um diese mit möglichen Digitalisierungspotenzialen zu verknüpfen. Die Ergebnisse werden als Grundlage für ein digitalisiertes Kommunikationskonzept dienen, das in einem weiteren Workshop mit einem interdisziplinären Team erarbeitet werden soll.

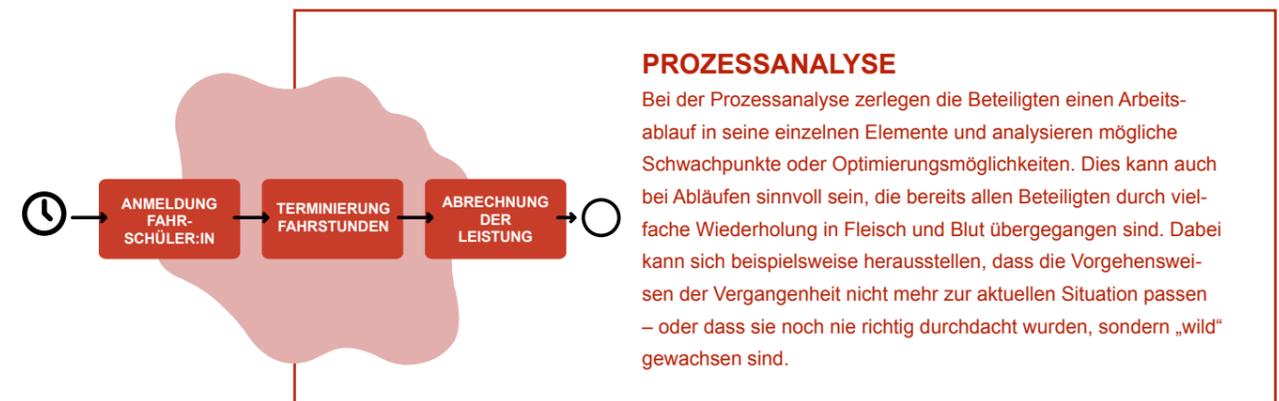
Zusätzlich erarbeitete das Digital-Team zusammen mit der Fahrschule eine Prozessmodellierung. Diese ermöglicht es, zukünftige Prozesse schrittweise offenzulegen und transparent zu gestalten. Auf Basis der Prozessmodellierung entwickelten die Workshopbeteiligten gemeinsam eine Roadmap. Sie stellt die wichtigsten Handlungsschritte für das Unternehmen praktisch umsetzbar und verständlich dar. Kurz- und mittelfristige Handlungsoptionen,

also „Was kann ich heute schon tun?“, „Was kommt auf mich zu?“ und „Wer muss was dafür tun?“ dienen so als hilfreiche Grundlage für die Umstrukturierung.

### DAS ERGEBNIS

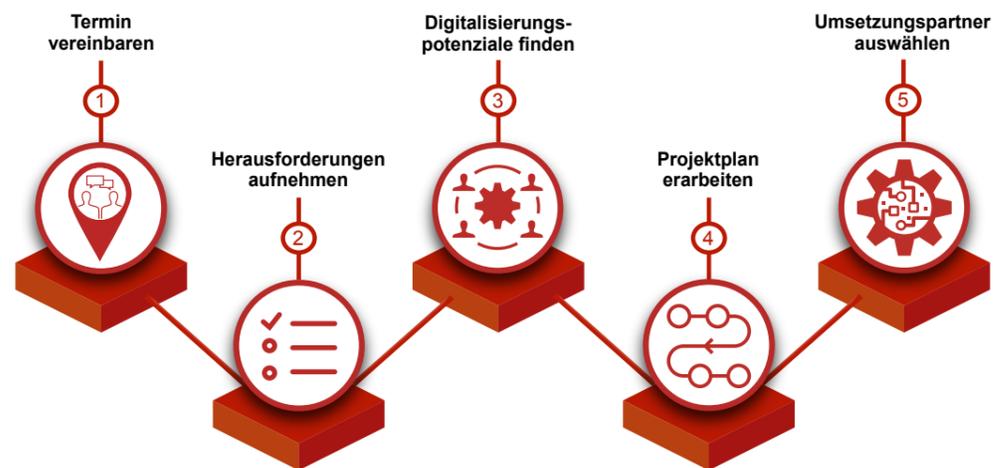
Sich einen guten Überblick zu verschaffen ist oft der erste Schritt auf dem Weg in die Digitalisierung. Zusammen mit den Profis aus dem Bremer Zentrum gewann die Fahrschule Ukas eine größere Transparenz in ihren Prozessen und identifizierte Hauptthemenfelder. Nun kann sie ihre Prioritäten festlegen und in die Weiterentwicklung gehen.

Verschiedene Wünsche zum Thema Digitalisierung, zur Auffassung von Arbeitsabläufen sowie zur Abhängigkeit von externen Informationen will die Fahrschule in einem Folgeprojekt angehen. Die Prozessanalyse dient als Grundlage für eine mögliche ISO-Zertifizierung nach 9001 Norm.



## WAS KÖNNTE IN DIESER BROSCHÜRE ÜBER IHR UNTERNEHMEN STEHEN?

Haben Sie bereits Erfahrungen auf dem Weg der Digitalisierung gesammelt?  
Wie kann es für Sie weitergehen, damit Sie die Chancen, die sich aktuell bieten,  
erst einmal finden und dann in die Umsetzung bringen?



Falls Sie sich – wie fast alle Vertretenden von Unternehmen – bei dieser Aufgabe fachkundige Unterstützung wünschen, helfen wir vom Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Bremen Ihnen gerne weiter.

Unsere Expertinnen und Experten lernen dann zunächst Ihr Unternehmen und das Management dahinter kennen. Wir schauen uns Ihre Prozesse an, sammeln Ideen für erste Projekte und legen den Grundstein für eine Zusammenarbeit – ganz individuell auf die Bedürfnisse Ihres Unternehmens abgestimmt.

Dabei bringen wir auf Wunsch neue Technologien und Anschauungsobjekte auch mit zu Ihnen – Digitalisierung zum Anfassen und Erleben.

Jedes Gespräch dauert zwischen 60 und 90 Minuten und findet entweder virtuell oder bei Ihnen vor Ort statt. Neben Unternehmen besuchen wir auch Multiplikatoren – Verbände, Organisationen und Institute.

Alle Dienstleistungen werden anbieterneutral erbracht. Durch die Förderung des Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK) sind alle Veranstaltungen und Maßnahmen des Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Bremen für Unternehmen immer kostenfrei.

**Haben Sie Interesse?** Dann melden Sie sich bitte bei uns. Wir klären die nächsten Schritte gerne mit Ihnen persönlich.

### SPRECHEN SIE UNS AN

**Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Bremen**  
im Digital Hub Industry Bremen  
Konrad-Zuse-Str. 6A  
28359 Bremen

Daniel Schneider  
kontakt@kompetenzzentrum-bremen.digital  
Telefon: 0421 – 9600 260  
www.kompetenzzentrum-bremen.digital

# Wir unterstützen Sie auf Ihrem Weg der Digitalisierung.

Verständlich • Kostenfrei • Anbieterneutral

## SPRECHEN SIE UNS AN

### **Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Bremen**

im Digital Hub Industry Bremen

Konrad-Zuse-Str. 6A

28359 Bremen

[kontakt@kompetenzzentrum-bremen.digital](mailto:kontakt@kompetenzzentrum-bremen.digital)

Telefon: 0421 – 9600 260

[www.kompetenzzentrum-bremen.digital](http://www.kompetenzzentrum-bremen.digital)

