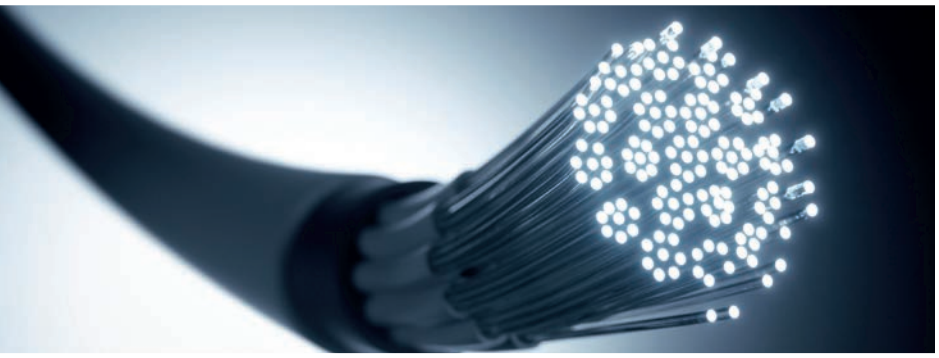
WFG
FÜR DEN KREIS BORKEN MBH

DER KREIS BORKEN: WETTBEWERBSSTARK IM DIGITALEN WANDEL



- Digitalisierung
- Glasfaser
- Praxis Beispiele

Wirtschaftsförderungsgesellschaft für den Kreis Borken mbH

GRUSSWORT

Die fortschreitende Digitalisierung führt zu gravierenden Änderungen in allen Lebensbereichen – für die einen erscheint dies als Eingang zu einer neuen Welt, für andere wirkt es eher wie ein Schreckgespenst. Die Wirklichkeit dürfte irgendwo in der Mitte liegen: Digitalisierung bedeutet „Chance“, aber auch „Risiko“, je nachdem, wie wir damit umgehen.

Eines dürfte aber klar sein: Für eine so stark mittelständisch geprägte Wirtschaftsregion wie dem Kreis Borken ist es dringend notwendig, sich in aller Breite intensiv mit dem Thema zu beschäftigen, um die Chancen, die sich daraus ergeben, frühzeitig ergreifen zu können, ebenso aber auch, um Risiken und Gefährdungen rechtzeitig zu erkennen und gegenzusteuern. Daher begrüße ich die Initiative der WFG, mit dieser Broschüre Orientierung zu geben, konkrete Beispiele darzustellen und zu zielgerichtetem Handeln anzuregen.

Allen, die zu diesem Heft beigetragen haben,
gilt mein herzlicher Dank!

Dr. Kai Zwicker
Landrat

VORWORT

Liebe Leserin, lieber Leser,

das Thema Digitalisierung ist in aller Munde und wir werden überflutet von Berichten, aber auch von Vortrags- und Veranstaltungsangeboten.

Doch was bedeutet diese Entwicklung für die heimische Wirtschaft im westlichen Münsterland? Welche Chancen bietet die Digitalisierung für das eigene Geschäftsmodell?

Digitalisierung kann vieles sein, von papierlosem Kommunizieren und Archivieren über digitale Produktions- und Arbeitsprozesse bis hin zum eigenen digitalen Produkt. Sie ist dann sinnvoll für Ihr Unternehmen, wenn dadurch die Effizienz gesteigert, Kosten reduziert, Fehler vermieden und Mitarbeiter entlastet werden. Das sind viele gute Gründe, aber noch nicht alle. Die Datenflut der Digitalisierung - sinnvoll ausgewertet - bietet Ihnen auch die Chance, Ihre Kunden besser kennenzulernen und für sie passgenaue Produkte und Angebote zu entwickeln.

Für Digitalisierungsexperten sind Daten das neue Gold.

Unter einer Voraussetzung: Unternehmen müssen sie schnell erheben, auswerten und nutzen können - oft in Echtzeit. Dafür benötigen sie eine leistungsfähige digitale Infrastruktur, d.h. schnelles Internet im Up- und im Download. Hier sind sich die Experten einig – die einzige nachhaltige Lösung ist eine Versorgung mit Glasfaser, die Bandbreiten von mehr als 1Gbit/s abbilden kann.

Der digitale Wandel wird von Start-ups und Konzernen schon länger gelebt, für den Mittelstand - nicht nur im Münsterland – scheint die Umsetzung schwieriger zu sein: Das operative Tagesgeschäft nimmt alle Ressourcen in Anspruch und die Auftragsbücher sind ja voll - noch. Doch eine kleine Auszeit zum Nachdenken über die neuen Chancen lohnt sich: Es gibt viele überzeugende Beispiele dafür, wie die Digitalisierung funktionieren kann und warum sie sich lohnt - im Kleinen und im Großen.

Dr. Heiner Kleinschneider

Inken Steinhauser

Erfahren Sie hier mehr darüber, wie unterschiedlichste Unternehmen aus Industrie, Service, Handwerk und Landwirtschaft aus dem Kreis Borken schon jetzt von der Digitalisierung profitieren, jedes auf seine Art. Und lassen Sie sich davon für Ihr Geschäftsmodel inspirieren.

Unternehmer, Daten-Profis und Technik-Experten berichten, welche Herausforderungen sie sehen und was sie uns, dem Mittelstand, auf den Weg mitgeben wollen.

Der digitale Wandel – er wird an keiner Branche vorübergehen und er wird unsere Arbeitswelt verändern. Bisherige Aufgaben und Tätigkeiten werden durch neue digitale Prozesse wegfallen, neue Arbeitsplätze werden entstehen. Unsere Aufgabe wird es sein, digitale Lösungen sinnvoll zu nutzen und die Herausforderungen anzugehen.

Lieber heute als morgen.

WFG
FÜR DEN KREIS BORKEN MBH

Ihre
Wirtschaftsförderungsgesellschaft
für den Kreis Borken mbH

Dr. Heiner Kleinschneider & Inken Steinhauser

INHALTSVERZEICHNIS

DIGITALISIERUNG – DIE UNAUFHALTSAME CHANCE 5

GLASFASER - SCHNELLER RECHNET SICH 7

WFG KREIS BORKEN - UNTERSTÜTZUNG AUF VIELEN EBENEN 9

DIGITAL HUB - BEI DER DIGITALISIERUNG SIND ALLE DABEI 11

DIGITALISIERUNGSEXPERTEN 13

PRAXIS BEISPIELE

- Agentur Team Meuter - Schneller kreativ sein 14
- Maler Mensing - Mehr Zeit fürs Kerngeschäft 15
- Kfz-Werkstatt Rösner - Mehr Tempo beim Upload 16
- Ruthmann Steiger - Immer und überall im Bild 17
- Landwirt Schulze Beiering - Wenn sich Daten vom Acker machen 18
- Maschinenbauer Grunewald - Industrie 4.0 ist Standard 19
- Türenhersteller Vitadoor - Konkurrenzfähig dank Outsourcing 20

TOBIT-GRÜNDER TOBIAS GROTEN - VORSICHT VOR FALSCHEN VORBILDERN 21

JOURNALISTIN ANKE HENRICH - MEHR SEIN ALS SCHEIN 22

IMPRESSUM 23

DIGITALISIERUNG – DIE UNAUFHALTSAME CHANCE

Die Digitalisierung ermöglicht Unternehmen neue, zukunftsfähige Geschäftsmodelle.

Die klassische Zahnbürste aus dem Supermarkt kann man nicht digitalisieren? Weit gefehlt! Man muss ihre Verpackung nur einmal umdrehen. Dort macht der Hersteller seinen Kunden ein simples, gesundheitlich vermutlich auch sinnvolles Angebot: „Nutzen Sie den Service auf unserer Website, und wir erinnern Sie alle drei Monate per Mail daran, Ihre Zahnbürste zur wechseln.“ Eine clevere Idee. Denn egal, ob der Kunde das Angebot nutzt oder nicht, die Aktion gibt dem Hersteller der Massenware nicht nur einen fürsorglichen Anstrich. Er generiert so gleichzeitig auch Daten über seine Käufer. Und die sind heute pures Gold fürs Marketing.

Der 1 Euro-Artikel Zahnbürste ist ein Beispiel für Digitalisierung im Kleinen. Im Großen ist es Industrie 4.0 - die Vernetzung fast aller Maschinen vom Zulieferer über den Hersteller bis zum Spediteur. Digitalisierung ist weder Mode noch Selbstzweck, sondern das Werkzeug, um auch in der Zukunft wettbewerbsfähig zu bleiben.

Ihr Nutzen ist unbestritten dank papierlosem Archivieren und Kommunizieren, automatisierten Prozessen oder der vorausschauenden Wartung von Maschinen (Predictive Maintenance). Zudem lassen sich Kundeninformationen gezielt nutzen und eigene, digitale Produkte entwickeln.

Die Chancen der vierten industriellen Revolution sind zahlreich, egal ob es um Business-to-Business oder das Geschäft mit dem Endkunden geht. Weil sich Personal, Energie, Material und Rohstoffe effizienter als bisher einsetzen lassen, steigen Produktivität und Wertschöpfung in allen Branchen.
Erst die Digitalisierung macht Konzepte wie das „Design Thinking“ umsetzbar: Ein kleines Team engagierter Mitarbeiter - quer durch die Firmen-Abteilungen und -Hierarchien - entwickelt eine Idee und kann sie dank Internet schnell, günstig und unauffällig an einer kleinen Zahl realer Kunden testen. Ist der Prototyp erfolgreich, wird daraus ein neues Angebot an die gesamte Kundschaft. Erweist sich die Idee als Fehlschuss, ist dieser „Trial and Error Versuch“ billiger als herkömmliche Produktteste.
Auch arbeiten digitalisierte Betriebe flexibler und transparenter.

Zudem lassen sich mit neuen Produkten oder Dienstleistungen Bestandskunden enger an das Unternehmen binden und neue Kunden leichter über innovative Angebote gewinnen.

Digitalisieren ist Netzwerken. Zwei Unternehmen im Münsterland machen es vor. Sie haben früher als viele ihrer Konkurrenten die Chancen des Internets für ihr Geschäftsmodell erkannt. In Gescher war es Christoph Pliete, der darüber nachdachte, wie Unternehmen dank seiner digitalisierten Geschäftsprozesse effizienter arbeiten können. 1992 legte er den Grundstein zu „d.velop“, heute einem bekannten Spezialisten für digitale Akten und Archive.

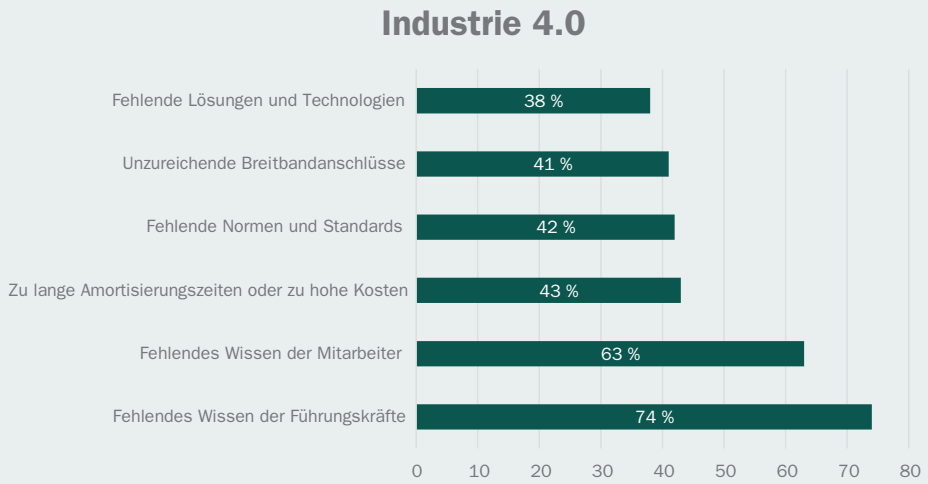
Um die Ecke in Ahaus führt der umtriebige Unternehmer Tobias Groten das Unternehmen „Tobit“. Seit 1986 managt er es wie ein Start-up, auch wenn damals der hippe Begriff von heute noch ein Fremdwort war. Grotens Ansatz: Immer neue junge Leute entwickeln in einem kreativen Umfeld immer neue Ideen. Alles geht dort - außer Stillstand. So entstehen in Ahaus in Serie höchst erfolgreich Software-Produkte, insbesondere Apps - für unterschiedliche Plattformen und Zielgruppen.
Beide Unternehmen leben den Netzwerkgedanken aber nicht nur in ihren Produkten. d.velop bietet auf seinem Campusgelände auch externen Firmen Büroflächen und digitale Infrastruktur an. Den Tobit-Campus können auch andere Unternehmen für Tagungen und Kongresse nutzen.

Was sich von solchen Unternehmern lernen lässt, das kommt ganz auf die Struktur und Philosophie des eigenen Betriebes an, meint Jens von Lengerke, zuständiger Abteilungsleiter der IHK Nord Westfalen in Münster. „Oft kann man drei Arten erkennen, wie Unternehmen an das Thema herangehen. Ein interner Arbeitskreis setzt sich mit dem Verhalten von innovativen Wettbewerbern auseinander, adaptiert deren Erfolge oder digitalisiert zumindest den eigenen Workflow. Die zweite Gruppe verpflichtet einen externen Dienstleister, der das Unternehmen scannt, eine Strategie vorschlägt und sie dann mit dem Unternehmen umsetzt“, so von Lengerke. Und dann gibt es noch die so genannten, aber noch seltenen Greenfield-Projekte: Unternehmen gründen selbst ein eigenes Unternehmen, das in einer völlig neuen Umgebung ohne die Integration von alten Strukturen arbeitet. Für von Lengerke ist das oft eine gute Idee: „Das kann zum Erfolg führen, weil man sich so von Denkverboten befreit.“ Auch wenn zuvor viele technische, juristische und sicherheitsrelevante Fragen geklärt werden müssen - vor der weltweiten Digitalisierung gibt es kein Entkommen. Trotzdem zögern unter den kleinen und mittleren Unternehmen im Land noch einige. Das zeigt eine aktuelle Studie der Wirtschaftsprüfer Ernst & Young (EY, „Digitalisierung im deutschen Mittelstand“, 2017).

Sie kommt nach einer Umfrage unter ihrer Kundschaft zu dem Schluss: „Die digitale Zweiklassengesellschaft im Mittelstand verfestigt sich.“ Oder in Zahlen: Für 62 Prozent der wachstumsstarken Unternehmen spielt die Digitalisierung eine sehr große bis mittelgroße Rolle. Bei den weniger wachstumsfreudigen Unternehmen halten nur 30 Prozent digitale Technologien für ihr Geschäftsmodell von Bedeutung.

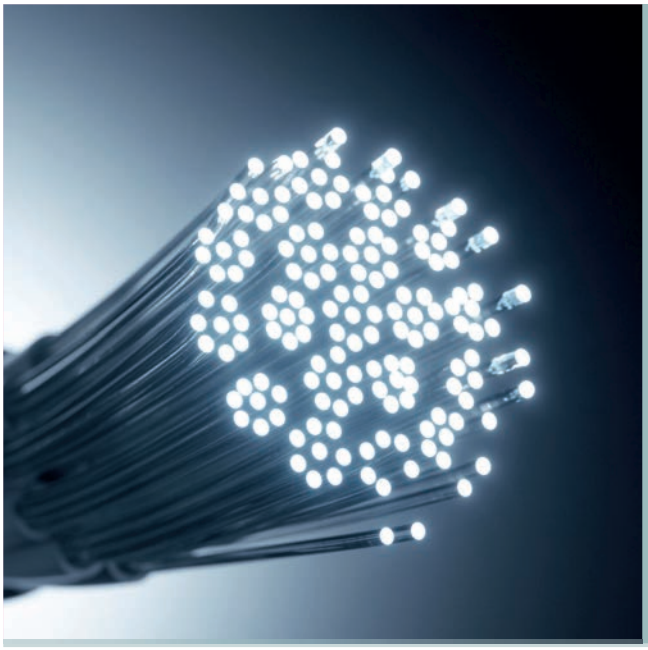
Industrie 4.0:
In Deutschland fehlt die Kompetenz

Fehlendes Wissen der Führungskräfte ist ein „großes“ oder „sehr großes“ Hindernis auf dem Weg in die Digitalisierung.



Quelle Staufen AG: © 2017
IW Medien / iwd

Missstände, die ein „sehr großes“ oder „großes“ Hindernis auf dem Weg in die Digitalisierung sind (in % der Unternehmen).



GLASFASER – SCHNELLER RECHNET SICH

Ob für den Echtzeitzugriff auf wachsende Datenmengen, für vernetzte Maschinen oder neue Plattformangebote – ohne Turbo-Internet ist die digitale Zukunft unvorstellbar. Weshalb sich die Glasfasertechnik dafür lohnt.

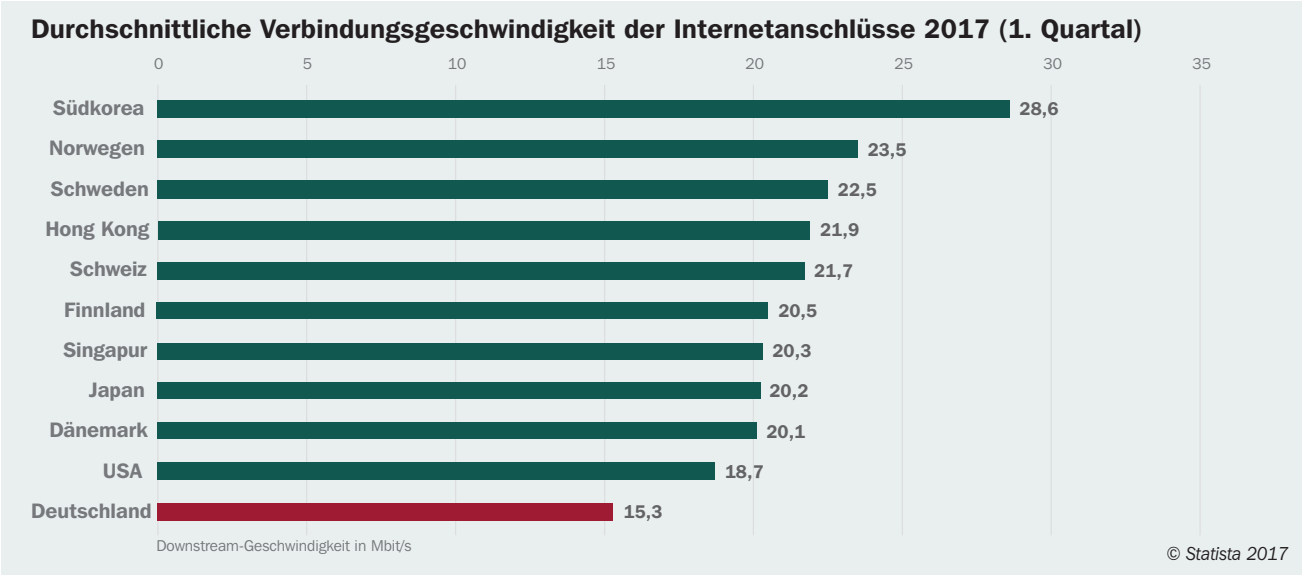
Nordrhein-Westfalens neuer Wirtschaftsminister Andreas Pinkwart hat das deutsche Digital-Problem erkannt. Anfang September forderte er verstärkte Anstrengungen für die Internet-Infrastruktur, um das Wirtschaftswachstum zu beschleunigen. „Um bis zu 70 Milliarden Euro höher pro Jahr“, so der Minister, „könnte die Wirtschaftsleistung in Deutschland ausfallen, wenn wir die digitalen Potenziale endlich ausschöpfen. Doch mit weniger als sieben Prozent Glasfaser-Durchdringung hinkt Deutschland international völlig hinterher.“

Die künftige Bundesregierung solle die für den Ausbau nötigen Mittel bereitstellen und EU-Förderhemmnisse abbauen, damit der Ausbau der Gigabit-Netze vorankomme.

Auch Bernd Kemper, Geschäftsführer des Verbandes münsterländischer Metallindustrieller, fügt an: „Ein politisch unterschätzter Aspekt ist die unbedingte Notwendigkeit der Breitbandversorgung, insbesondere in ländlichen Wirtschaftsräumen.“ Ohne leistungsfähige Datenautobahnen seien die Unternehmen technischen Begrenzungen unterworfen. Deshalb sei schnelles Internet „ein vorrangiges Kriterium für den Erhalt und Ausbau oder die Auswahl eines Produktionsstandortes.“

Viele Jahre galten die im Land verlegten Kupferkabel als ausreichend, um die Republik mit schnellem Online-Zugang, Downloads und Uploads zu versorgen. Mittlerweile besteht der Zugang aus einem landesweiten Puzzle aus ISDN, DSL, VDSL, VDSL2 sowie Coax-Leitungen. Mancherorts versprechen die schnellsten von ihnen bis zu 400 Mbit/s im download. Das scheint viel, ist aber trotzdem nicht zukunftsfähig.

Experten sagen: Nur mit den noch schnelleren und vergleichsweise störungsarmen Lichtimpulsen einer Glasfaserleitung lassen sich die nötigen Geschwindigkeiten im Gigabit-Bereich für Down- und Upload realisieren. Ansonsten verlieren die erfolgreichen deutschen Unternehmen im internationalen Vergleich ihre Wettbewerbsfähigkeit.



Deshalb waren sich in ihren Programmen zur Bundestagswahl am 24. September alle großen Parteien einig: Das ganze Land braucht High-Speed-Internet – nicht nur die Großstädte. Dafür sollen flächendeckend bis zum Jahr 2025 rund 40 Millionen Haushalte und drei Millionen Unternehmen an das Glasfasernetz angeschlossen werden. Nur, wer diese Netze so schnell verlegen soll, das bleibt weiterhin ein Rätsel. Ebenso die Frage, wer dieses existenzielle Zukunftsprojekt vorantreibt. Bislang haben sich fünf Ministerien die Digitalisierung auf die Fahne geschrieben: das Innen-, Wirtschafts-, Verkehrs-, Justiz- und selbst das Gesundheitsministerium.

Das flächendeckende Glasfasernetz ist ein – geschätzt – 50 Milliarden Euro-Projekt, von dem noch nicht klar ist, wer es koordiniert und welche Anbieter sich unter welchen Vorgaben beteiligen können. Denn das Verlegen der schnellen Glasfasern hat seinen Preis. Experten rechnen vor, dass ihnen der Glasfaserzugang von 100 Industriebetrieben auf dem Land teurer kommt, als 1.000 neue Kunden in Köln *(Quelle: WirtschaftsWoche)*. In Ländern mit schnellerem Internet liegen die Gebühren nicht ohne Grund mehrheitlich über denen in Deutschland.

Mareike Zechel von „Breitband.NRW“, einer Initiative des Landes Nordrhein-Westfalen, sagt deshalb: „Wir beobachten, dass vielerorts die Bereitschaft, für die Einrichtung und den laufenden Betrieb eines gigabitfähigen Breitbandanschlusses ein – im Vergleich zu privaten Anschlüssen – höheres Entgelt zu bezahlen, bei vielen KMUs noch wenig ausgeprägt ist.“ Die Expertin wirbt für einen Schulterschluss: „Da sich ein Ausbau, insbesondere in abgelegenen Gewerbegebieten, für die Netzbetreiber erst dann lohnt, wenn sich vorab genügend Unternehmen zu einem Anschluss ans Gigabitnetz entschließen, spielt die Zahlungsbereitschaft der Unternehmen eine immens wichtige Rolle.“ 40 Prozent der Anlieger müssen in der Regel Interesse haben.

Prof. Dr. Stephan Breide, Prodekan des Fachbereichs Ingenieur- und Wirtschaftswissenschaften an der Fachhochschule Südwestfalen, legt Unternehmern noch ein gewichtiges Argument ans Herz: „Es geht beim Abschluss eines Internetvertrags nicht nur um die Schnelligkeit. Bei einem Privatkunden reicht es, wenn der Netzbetreiber an 97 Prozent des Jahres den Zugang zum Datentransfer garantiert. Für einen Betrieb aber hat das weitreichende Folgen: Rund zehn Tage im Jahr darf seine Produktion und Verwaltung ganz vertragsgemäß ohne Internetzugang dastehen.“ Deshalb rät er: Unternehmen sollten sich aus Sicherheitsgründen für die teureren Businesstarife mit einer 99%-Abdeckung entscheiden.

Der Pragmatiker Breide bringt es so auf den Punkt: „Mancher Geschäftsführer schimpft über das vermeintlich teure Internet. Aber die Leasingraten seiner Firmenwagen liegen pro Monat weitaus höher.“

UNTERSTÜTZUNG AUF VIELEN EBENEN

Die Zukunft ist digital. Aber davon profitieren werden nur diejenigen, die Zugang zu schnellem Internet haben. Deshalb unterstützt die Wirtschaftsförderungsgesellschaft für den Kreis Borken (WFG) die Städte und Gemeinden im Kreis dabei, flächendeckend an die Breitbandkommunikation angeschlossen zu werden - zum Wohl der lokalen Betriebe und der Haushalte gleichermaßen.

Dr. Heiner Kleinschneider (2.v.l.), der Geschäftsführer der Wirtschaftsförderung, hat einen guten Grund zur Freude: „Das westliche Münsterland ist bei der Breitband-Infrastruktur sogar besser aufgestellt als viele Großstädte.“ Inken Steinhauser (2.v.r.), die Leiterin Digitalisierung der WFG, kann das in Zahlen belegen: Weit mehr als 80 Prozent der Haushalte im Kreis Borken können schnell downloaden - mit mindestens 50Mbit/s. Ca. ein Drittel aller Haushalte sind bereits an das Glasfasernetz angeschlossen; nach dem geplanten Ausbau der Außenbereiche durch Förderprogramme werden es sogar über 40 Prozent sein. Der Bundesschnitt liegt bei gerade mal sieben Prozent. Die Innenstädte im Kreis Borken sind fast komplett über Vectoring, Kabel oder Glasfaser mit Breitband versorgt. Die Gewerbegebiete ebenso.

Der Wirtschaftsförderer Kleinschneider ist überzeugt: „Die Digitalisierung ist auf dem Vormarsch. Weltweit! Wer vorangeht, ist im Vorteil. Wer zurückbleibt, kann schnell den Anschluss verlieren. Geschäftsprozesse, Kunden- und Lieferantenbeziehungen, Serviceleistungen – überall wird immer mehr digital abgewickelt. In fast allen unseren Gewerbegebieten liegt Glasfaser. Wer bisher noch nicht angeschlossen ist, sollte ausloten, welche Vorteile darin liegen.“

Schon seit mehr als zehn Jahren trommeln Kleinschneider und sein Team für den schnellen Anschluss an die Zukunft. Deshalb analysierten die Wirtschaftsförderer die Versorgungslage und erhoben die nötigen Geo-Daten. Seitdem entwickeln sie individuell mit den beteiligten Kommunen Strategien, wie sich die Interessen der Kommunen, der Stadtwerke, der Breitband-Anbieter und der Unternehmen zum Nutzen aller unter einen Hut bringen lassen. Seit Anfang 2017 unterstützt die Breitbandkoordinatorin für den Kreis Borken, Dr. Sabine Rinck (1.v.r.), die Arbeit der Wirtschaftsförderer zusätzlich. Und ab Februar 2018 wird Katharina Reinert (1.v.l.) - nach Rückkehr aus ihrer Elternzeit – wieder zentrale Breitband-Ansprechpartnerin der WFG sein.
Ein Ziel der gemeinsamen Arbeit ist der flächendeckende digitale Ausbau - auch des Außenbereichs. Doch gerade da ist die Umsetzung nicht leicht.

Für den Kreis Borken ist es entscheidend, dass die Außenbereiche nicht abgehängt werden. Im ländlichen Raum geht es um landwirtschaftliche Betriebe, Einzelunternehmen und Privatpersonen, die ebenso schnelles Internet brauchen wie die Städter.

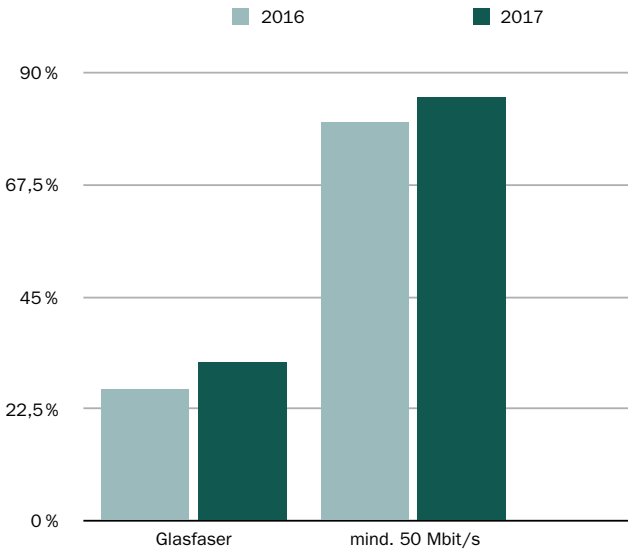
Das verstehen die Breitband-Anbieter. Doch sie kontern, dass sich solche Randlagen wegen der langen Verlegungsstrecken kaum wirtschaftlich betreiben ließen. Die reinen Erschließungskosten seien zu hoch und zugleich die Gebühreneinnahmen noch zu niedrig. Zumindest so lange sich nicht genug Anwohner für die schnellen Leitungen interessieren. Deshalb engagieren sich die Kommunen auch in der Nachfragebündelung auf dem Land, die vor allen zusammen mit den Telekommunikationsanbietern erfolgsversprechend ist.

Die Wirtschaftsförderung für den Kreis Borken wiederum unterstützt die Kommunen, in dem sie diese beim Zugang zu Fördermitteln für den Ausbau der Glasfaserleitungen berät. Vor allem zur flächendeckenden Erschließung der Außenbereiche ist die finanzielle Unterstützung von Bund und Land notwendig. Das aktuelle Ziel muss sein, 17 Kommunen zügig und flächendeckend über schnelles Internet möglichst mit Gigabit-Option zu versorgen. Das bedeutet: Mit Glasfaser!
Das ist ein hoher Anspruch, denn aufgrund der steigenden Nachfrage werden die Kapazitäten bei den Tiefbau-Unternehmen knapp.

Um den Telekommunikations-Unternehmen die Verlegung ihrer schnellen Internetleitungen zu erleichtern, hat der Kreis Borken bereits vor Jahren mehr als 84 Kilometer Leerrohre zwischen den Städten und Gemeinden als Haupttrassen unter die Erde gebracht. 100 Prozent davon sind vermietet. Aber da geht noch mehr: Jedes Leerrohr lässt sich siebenfach nutzen. Platz gibt es also genug.

Die WFG berät auch zu den Fördermitteln des Bundes und des Landes Nordrhein-Westfalen. Inken Steinhauser weiß, dass es die heimische Wirtschaft schwierig hat mit digitalen Geschäftsmodellen, wenn das Internet lahmt: „Viele Unternehmen wollen die Chancen der Digitalisierung nutzen. Ansonsten ist es unwahrscheinlich, dass sie im nationalen und internationalen Wettbewerbsumfeld den Ansprüchen ihrer Kunden auf Dauer gerecht werden können - und sich so auch in den nächsten Jahren am Markt behaupten können."

Versorgungsquoten im Kreis Borken



Quelle: interne Daten der WFG

Doch ein einfacher Anschluss reicht auf Dauer nicht, um zuverlässig störungsfrei arbeiten zu können. „Je intensiver die Betriebe mit digitalen Lösungen kommunizieren und produzieren, desto mehr steigt ihre Abhängigkeit von einem hundertprozentig funktionierenden schnellen Internet. Selbst ein Ausfall von wenigen Stunden kann einen großen wirtschaftlichen Schaden für das Unternehmen bedeuten." Es reicht schon, wenn ein Bagger bei Straßenarbeiten versehentlich die falschen Kabel trifft. Dann kann für Stunden oder Tage die gesamte vernetzte Maschinensteuerung eines Betriebes stillstehen. Deshalb rät Steinhauser: „Es wird immer wichtiger über den einfachen Glasfaseranschluss hinaus redundante Leitungen zu haben. Kurz gesagt – es sollte so viel Glasfaser wie möglich im Boden verbuddelt werden, damit auch eine Netzsicherheit aufgebaut werden kann." Die WFG wird weiter mit Elan und Begeisterung daran arbeiten.

BEI DER DIGITALISIERUNG SIND ALLE DABEI

Thomas Malessa kennt die Unternehmen des westlichen Münsterlandes bestens. Deshalb meint der Digitalisierungs-Experte: Viele Betriebe unterschätzen die Herausforderungen durch das Internet für ihr Geschäftsmodell. Über treulose Kunden, unerwartete Konkurrenten und Chefs, die teilen können.

Herr Malessa, als Geschäftsführer des digital Hub münsterLAND haben Sie mehr Einblick als andere. Alle Unternehmer reden über die Folgen der Digitalisierung für ihre Unternehmen. Aber handeln die Münsterländer auch?

Zu viele zögern noch. Sie wähnen ihr Geschäftsmodell in falscher Sicherheit vor Innovationen durch neue Anbieter oder neue Geschäftsideen. Immer noch unterschätzen viele Unternehmer und Handwerker, wie sehr die Ansprüche an sie durch vernetztes Arbeiten vom Zulieferer über den Hersteller bis zum Kunden steigen.

Woran liegt denn die Zurückhaltung?

Das größte Problem ist in der Praxis ausgerechnet eine erfreuliche Tatsache: Bei vielen Betrieben sind die Auftragsbücher sehr gut gefüllt. Deshalb fehlen ihnen oft die technischen und personellen Kapazitäten, um sich grundlegend mit der wichtigen Frage der Digitalisierung zu beschäftigen.

Die da lautet?

Wie wird diese Entwicklung meine Branche umkrempeln? Und daraus abgeleitet: Wenn wir so weitermachen wie bisher - gibt es unseren Betrieb dann in zehn Jahren noch? Manchen Betrieben fehlt es auch an Technikaffinität, um die Herausforderungen zu erkennen oder umzusetzen.

Haben Sie ein Beispiel?

Nehmen Sie die Bauindustrie: Dort verändern der 3D-Druck plus der Einsatz einer Virtuell-Reality-Brille, mit der Kunden schon während der Entwurfsphase durch ihr künftiges Haus spazieren können, die Planung und den Verkauf von Immobilien komplett. Architekten, die diesen Service nicht liefern können, werden Aufträge verlieren, egal wie schön ihre Häuser sind. Solche Veränderungen gibt es in nahezu allen Branchen. Auch die gravierenden Veränderungen durch die rasant wachsende Plattformtechnologie unterschätzen noch viele Unternehmer.

Sie meinen Geschäftsmodelle, die Druck ausüben, wie durch Uber auf Taxiunternehmen, durch Airbnb auf Hotels oder durch Vergleichsportale auf Versicherungsvertreter?

Ja genau. Uber und Airbnb scheinen noch vielen Unternehmen weit weg von ihrem eigenen Geschäftsmodell. Aber das sind nur die bekanntesten Namen. Erfolgreiche Plattformanbieter gibt es aber täglich neu auch in Klein. Nehmen Sie einen Groß- oder Zwischenhandel. Der freut sich, weil er schon in dritter Generation eine treue Kundschaft im Einzugsgebiet einer Autostunde hat. Aber wird es noch eine vierte Generation geben, wenn in einigen Jahren die immer jüngere Kundschaft bequem im Internet ordert und die Ware schon am nächsten Tag zuverlässig an die Haustür geliefert bekommt?

Dieser Betrieb muss schnellstens nachdenken. Wie kann er seine Produkte günstiger anbieten als Konkurrenten auf der selben Plattform? Welchen Mehrwert kann er seinen Kunden bieten? Wie kann er aus seinen vorhandenen Kundendaten systematisch neue Geschäftsideen entwickeln?
Um zu sehen, wie schnell und gut Plattformen arbeiten, reicht im Münsterland der Blick nach Telgte. Die Firma hygi.de verkauft Reinigungs- und Hygieneprodukte komplett online und höchst erfolgreich. Möglich wird das durch eine dynamische Geschäftsführung, gutes Datenmanagement, schnelles Internet und hocheffiziente Lager- und Logistiksysteme.

Wie verändert sich die Prozesskette für Handwerker?
Nehmen Sie einen Heizungsmonteur. Der macht bislang schönen Zusatzumsatz mit den Kosten, die er seinen Kunden für die Anfahrt berechnet. Künftig schicken die ihm per Smartphone ein Foto ihrer Heizung, deren Typenschild und die Gebrauchsanweisung für den Kessel. Und schon entfällt mindestens eine Anfahrt. Oder der Tischler: Dessen Kunden konfigurieren sich die neuen Schränke auf Basis einer von ihm angebotenen Software online erst einmal selbst.
Diese Entwicklungen werden in weniger als fünf Jahren für viele Betriebe existenzbedrohend sein. Spätestens 2025 - das klingt weit weg, sind aber nur wenige Jahre - wird das Thema Digitalisierung bei den Kunden generationenmäßig durch sein. Dann sind solche Ansprüche selbstverständlich.

Aber auch digital erfolgreiche Unternehmen bekennen oft, wie schwierig es ist, Fachleute für das Münsterland anzuwerben. Berlin sei eben sexier.
Bis zur Hauptstadt muss man gar nicht schauen. Schon Münster oder einige Städte im Ruhrgebiet scheinen für viele IT-Leute interessanter zu sein. Sie merken das schon an den Studentenzahlen im Bereich Informatik. Das Münsterland hat 500 - 600, Dortmund 2.700, Köln 4.000 und Aachen 6.000 Studierende. Folglich gibt es bei uns nicht nur weniger Bewerbungen, sondern auch weniger Gründer.
Aber gute Leute kommen ja nicht nur von extern. Das Stichwort lautet: Intrapreneurship!

Also den guten Leuten im eigenen Haus mehr zuzutrauen und sie besser bezahlen?
Richtig. Die eigenen Mitarbeiter kennen den Markt am besten. Wir haben im Münsterland rund 8.000 angestellte Informatiker! Die haben oft die besten Ideen, wie sich ihr Unternehmen schneller digital aufstellen und innerbetriebliche Prozesse beschleunigen kann. Sie haben den Überblick, über welche Datenschätze ihr Unternehmen verfügt.

Wir reden bislang über „Change“, was ist denn mit „Share“, dem anderen unaufhaltsamen Trend?
Beim Teilen hapert es noch im Münsterland. Change haben alle Unternehmer begriffen, auch wenn es nicht alle umsetzen. Aber Share im Sinne von Wissen und Kompetenzen mit den eigenen Mitarbeitern teilen, das ist für viele Chefs noch weit weg. Dabei müssen Firmen heute agil - also mit beweglichen, kleinen Teams über Hierarchien hinweg - nach Lösungen und Geschäftsideen suchen. Sonst werden sie von Konkurrenten, die diese Chance längst nutzen, links überholt. Gelegentliche Aktionen reichen da nicht. In digital erfolgreichen Unternehmen findet ein kompletter Kulturwandel statt.

Einem Chef nutzen aber auch die cleversten Mitarbeiter mit den innovativsten Ideen nicht, wenn ihm das nötige Geld fehlt. Wie kommen Unternehmer im Münsterland an frisches Kapital?
Unter anderem auch über den digital Hub münsterLAND. Wir bewerten Startup-Ideen und stellen den Gründern erfahrene Unternehmer als Business Angels zur Seite. Hinzu kommt: Investiert beispielsweise ein Business Angel 20.000 Euro, gibt die NRW-Bank die gleiche Summe als Förderkredit dazu. Das wiederum macht die neue Firma auch für die klassischen Geschäftsbanken interessant. Die wollen sich diesen aussichtsreichen Kunden auch nicht entgehen lassen. Das Angebot gilt auch für „Alt-Unternehmen“ mit guten Ideen.

Mindestens so wichtig wie Kapitel sind für Unternehmer engagierte Sparrings-Partner, mit denen sie über digitale Themen „spinnen“ können. In Amerika läuft das unter Think Tanks. Wo gibt es die im Münsterland?
Da müssen wir uns nicht verstecken, bei uns heißt das nur anders. Die Verbände sind dabei sehr umtriebig. Auch die Kammern und die Wirtschaftsförderer sind sehr aktiv. Das ist eine ständig wachsende und innovative Szene.

Und wie sieht es mit der politischen Unterstützung aus? Was wünschen Sie sich von den Landräten im Münsterland?
Landräte denken zunächst einmal in anderen Strukturen. Wir freuen uns deshalb, wenn sie uns besuchen und unsere Philosophie verstehen wollen. Einen praktischen Wunsch hätten wir: Jede der 66 Kommunen im Münsterland hat eine eigene IT-Abteilung. Das ließe sich doch zentralisieren, um die IT-Kompetenzen bestmöglich für alle nutzbar zu machen.

DAS SAGEN DIGITALISIERUNGSEXPERTEN AUS DEM KREIS BORKEN!

Jörg Rewer,
Geschäftsführer des Mediendienstleisters Laudert aus Vreden

„Wenn man sich anschaut, welchen Einfluss die Digitalisierung bereits heute auf die privaten Lebensbereiche genommen hat – wie man kommuniziert, sich informiert, online einkauft – dann muss man sich die Frage stellen, warum dieser enorme Wandel nicht auch im Geschäftsleben genauso stattfinden sollte. Aber auch die öffentlichen Institutionen müssen sich der Digitalisierung viel stärker widmen. Wenn ich da an manche Antragstellung denke, passiert in dieser Richtung noch viel zu wenig und das Wenige geht noch zu langsam."

Christoph Pliete, Vorstand der d.velop AG,
Softwareunternehmen aus Gescher

„Wer sein Ohr beim Kunden und seinen Wünschen hat und die Möglichkeiten der Technik nutzt, wird dank der Digitalisierung völlig neue Geschäftsmodelle entdecken und durch agile, mobile und digitale Arbeitsweisen viel schneller als jemals zuvor Innovationen zur Marktreife bringen.
Die Voraussetzung dafür ist der Mensch! Wer seine eigenen Mitarbeiter nicht für die Chancen der Digitalisierung begeistern kann, indem er gemeinsam mit ihnen Konzepte erarbeitet, den digitalen Arbeitsplatz der Zukunft an den Anforderungen der eigenen Belegschaft auszurichten, der wird es schwer haben. Ohne gemeinsam gelebte „digitale DNA" verkommt Digitalisierung zum Selbstzweck. Dann wird sie ohne jeglichen Effekt verpuffen, egal auf welche Technologie man setzt."

Jörg Tomse,
Geschäftsführer der Amexus Informationstechnik aus Ahaus

„Unternehmer sollten Schritt für Schritt die eigenen Prozesse digitalisieren. Hier können nicht nur die großen Kürzel wie DMS und CRM helfen, sondern schon ganz einfach am täglichen Arbeiten ausgerichtete Vereinfachungen wie digitaler Rechnungseingang und Genehmigung. Auch die Kommunikation im Unternehmen zu den Informationen über Kunden und Lieferanten zentral zugänglich zu machen hilft. Durch die Digitalisierung wird der zunehmende Ressourcen-Engpass (Mensch und/oder Maschine) aufgefangen. Wir kommen beispielsweise in unserer kaufmännischen Verwaltung mit denselben Kräften aus wie vor 10 Jahren - obwohl wir von 20 Mitarbeiter auf über 80 Mitarbeiter an sieben Standorten gewachsen sind. Dazu sind die Aufgaben in der Buchhaltung und im Personalwesen nicht weniger, sondern mehr geworden. Auch durch die Einführung der digitalen Rechnungseingangskontrolle ist der Aufwand auf ein Zehntel gesunken."

SCHNELLER KREATIV SEIN

Eigentlich beneidet Anja Meuter ihre Konkurrenten aus den Großstädten nicht. In einem Punkt aber schon.

Düsseldorfer Werber und Strategieberater sind hip. Sie residieren gerne an erster Adresse im Medienhafen. Zum schnellen Lunch trifft man sie auf der Uferpromenade. Und wenn die Werber in ihren schicken Offices konzentriert kreativ sind, dann ignorieren sie einfach die ewigen Großbaustellen rund um den Medienhafen, die Touristenscharen und die abendlichen Partygänger unter ihren Fenstern.

Wenn Anja Meuter (rechts im Bild), Chefin der Agentur „Team Meuter, die Profilschärfer“ mit ihren 14 Mitarbeitern für neue Beratungsaufträge ‚brainstormen‘ will, dann zieht sich die Mannschaft gerne in einen großen Garten zurück. Der gehört zum Büro ihrer Agentur aus Gescher. Genau diese Ruhe und Bodenständigkeit wissen Meuters Kunden zu schätzen. „Viel Grün, wenig Hektik und der Strategiepartner gleich in der Nähe: Eben das sind unsere Standortvorteile hier im Münsterland“, freut sich Meuter. Allerdings nur kurz. „Aber wir müssen kompensieren, dass wir nicht nur räumlich, sondern auch technisch im ländlichen Außenbereich leben.“ Es mangelt den Kreativen am Turbo-Internet. Das aber brauchen sie nicht weniger als Maschinenbauer oder Landwirte.

Die Marketing-Experten organisieren virtuelle Konferenzen übers Internet und auch bei ihnen finden große Teile der Kommunikation mit ihren Kunden längst digital statt. Täglich suchen und beschaffen sich die Mitarbeiter in Windeseile online die nötigen Bilder für ihre Kampagnen. Abzustimmende Texte fliegen durchs Internet hin und her. Ob bei der Marketingberatung, beim Corporate Design, bei der Unternehmenskommunikation oder für Online-Kampagnen - ein Großteil der Arbeit findet übers Netz statt.

Noch einen anderen Vorteil hätte die schnellere Leitung für Meuters Mannschaft. Je fixer sie online Routineaufgaben gut und gründlich erledigen können, desto mehr Zeit bleibt ihnen, um die Gedanken fliegen zu lassen und neue Ideen für ihre Kundschaft zu entwickeln - auch mal am großen Gartentisch. Doch dort ziehen inzwischen graue Wolken auf.

„Vor zehn Jahren gab es technisch beim Internet noch keine signifikanten Unterschiede zwischen uns und Düsseldorf oder den großen Städten im Ruhrgebiet. Aber jetzt habe ich die Sorge, dass uns die großen Agenturen dort abhängen“, sagt die Betriebswirtin. Nicht, dass die Großstädter kreativer oder günstiger wären. Aber sie können in diesem atemlosen Gewerbe Daten schlicht schneller als die Münsterländer übertragen. Und manchmal toppt aus Kundensicht Schnelligkeit selbst Kreativität.

Alles, was in Gescher technisch Erste Hilfe hätte leisten können, hat Meuter dort längst ausprobiert. Bis 2018 soll das Glasfasernetz in Gescher ausgebaut werden. Das ist für Meuter, die einst selbst in Düsseldorf arbeitete, entscheidend im harten Wettbewerb der Strategieagenturen. Es läuft sich gut an: Derzeit ist sie im Gespräch mit der Stadt und einem regionalen Glasfaseranbieter, der sich auf die Außenbereiche spezialisiert hat. Meuter nennt es einen „Buddelverein“: 30 bis 100 Nachbarn organisieren sich gerade, um so viel Nachfrage zu bündeln, dass sich die Erschließung für den Anbieter lohnt.

Für eine schnellere Infrastruktur ist sie auch bereit, höhere Anschlussgebühren zu bezahlen: „Das ist für uns ein elementares Thema und eine gute Investition in die Zukunft“.

MEHR ZEIT FÜRS KERNGESCHÄFT

Dank Smartphones und Maler-App weiß Ralf Mensing jederzeit, was auf seinen Baustellen Stand der Dinge ist - und kann schnell reagieren. Das spart ihm, seinen Mitarbeitern und den Kunden Zeit und Geld.

Zur Ausrüstung eines Malers gehören längst nicht mehr nur Farbe, Schlagschnur, Tapeziertisch oder Schablonierwerkzeug. Auch ein eigenes Dienst-Smartphone hat jeder Mitarbeiter des fast hundertjährigen Schöppinger Familienunternehmens Maler Mensing auf der Baustelle dabei. Zum einen, weil der Chef Ralf Mensing digitale Vorarbeit geleistet hat: Schon beim ersten Kundenbesuch fotografiert er mit seinem iPad alle zu renovierenden Wände und Böden. Anschließend versieht er die Bilddateien mit Informationen wie der Zahl der zu entfernenden Tapetenschichten oder der auszubessernden Risse im Putz und mailt Fotos samt Infos an seine Handwerker. So gehen die besser gefeit vor Überraschungen ans Werk.

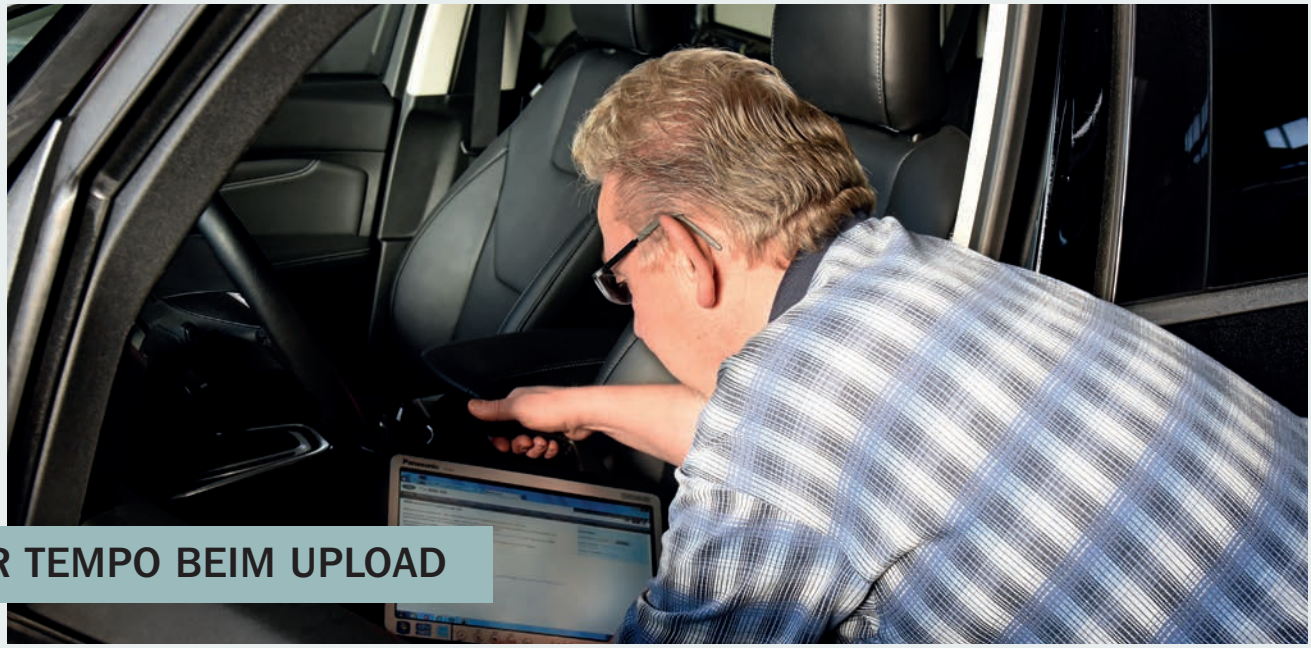
Zum anderen erfasst Mensing zugleich alle Auftragsinformationen in die Bauakte oder das Bautagebuch des Objekts. Alles zusammen spart Nerven und Kosten - gleichermaßen bei den Handwerkern wie bei den Kunden.

Die Arbeitsvorbereitung sitzt. Und die Nachbereitung auch, freut sich Ralf Mensing: „Die Digitalisierung erleichtert uns auch den anschließenden Papierkram ungemein." So flattern keine handschriftlichen Stundenzettel mehr in das Büro seiner Frau Beate, die alle betriebswirtschaftlichen Bereiche des Unternehmens führt. Denn die Maler buchen sich schon beim Betreten einer Baustelle per Smartphone ein. Diese Daten fließen automatisch an Frau Mensing und ihre Lohnbuchhaltung.

Auch die Kostenkontrolle jeder Baustelle geht jetzt leichter von der Hand. Ganz ohne mühsames auseinander dividieren von Stundenzetteln und Rechnungsbelegen. Die aufgelaufenen Daten sammelt und sortiert eine Maler-App. „Unser Rechnungswesen zeigt mir in Echtzeit für jede Baustelle an, wie weit die Arbeit dort ist und welche Kosten sie bisher verursacht hat", sagt Mensing. Das funktioniert, weil seine zehn Mitarbeiter jeden Arbeitsschritt digital protokollieren. Der wichtigste Vorteil aus Mensings Sicht: „So merke ich rechtzeitig, falls etwas zu lange dauert - und warum". Beispielsweise, wenn Baumängel die Arbeit seiner Leute verzögern.

In der Meisterausbildung ist das Arbeiten mit digitalen Hilfsmitteln inzwischen Standard. Die Mehrkosten für Hard- und Software amortisieren sich aus Sicht der Handwerkermeister schnell.

Unter einer Voraussetzung, so Mensing: „Entscheidend sind schnelle Internetleitungen. Wir haben hier glücklicherweise 1-Gigabit-Verbindungen. Bei langsamen Leitungen könnten wir uns alle erstmal Kaffee holen, falls drei oder vier Kollegen gleichzeitig online sind. Dann wären die digitalen Vorteile verschenkt."



MEHR TEMPO BEIM UPLOAD

Alfons Rösner möchte den Kunden seiner Ford-Werkstatt schnellen Service bieten. Das ist eine echte Aufgabe.

Alfons Rösner ist vom Fach. Autos kennt der Kfz-Mechanikermeister nach über 40 Jahren aus allen Perspektiven. 1978, als junger Mann, übernahm er nach dem Tod seines Vaters dessen Ford-Vertragswerkstatt und Tankstelle in Heek. Läuft. Außer, wenn seine Kunden ein elektronisches Problem mit ihrem Wagen haben, also eigentlich bei jedem Problem. Dann schickt der alte Meister seinen jungen Meister Stefan Olthoff auch mal nach Hause. Olthoff hat bei sich daheim nämlich Turbo-Internet. Genau das braucht es, um mit Hilfe externer Geräte an den Autos Fehlerdaten auszulesen und sie in Echtzeit an die Ford-Zentrale in Köln zu übertragen.

In Rösners Werkstatt holpert das noch. „Unser Internetanschluss im Gewerbegebiet ist viel langsamer als der private Anschluss des Kollegen ein paar Straßen weiter“, sagt er. Seine Kunden sollen von den Widrigkeiten nichts merken, den zeitlichen Mehraufwand berechnet er ihnen nicht.

Rösner kämpft um seinen baldigen Anschluss ans Glasfasernetz. Denn konkurrenzfähig schnelles Internet braucht er nicht nur für Reparaturen, sondern auch für jedes Software-Update auf die Motorsteuerung. Oder beim Navi-Update: 10 Minuten dauert die Aktualisierung per Glasfaser, drei bis vier Stunden mit dem Schnecken-Internet.

Der Ford-Konzern, mit allen technischen Finessen ausgestattet, macht seinen Vertragswerkstätten klare Vorgaben. Wie schnell deren Internetanschluss dabei vor Ort ist, das betrachten die Kölner eher weniger als ihr Problem.

Aber Rösner braucht rasende Upload- und Downloadgeschwindigkeiten nicht nur in der Werkstatt. Die Zapfsäulen draußen und die Kasse in seiner Tankstelle arbeiten ebenfalls längst vernetzt. Auch deren Hersteller machen Rösner glasklare Vorgaben. Die Tankautomaten und Kassensysteme brauchen regelmäßige Sicherheitsupdates und die Buchungen per EC- oder Kreditkarte sollen schnellstens abgewickelt werden.

Für Rösner ist deshalb klar: „Breitbandtechnik stimmt die Mitarbeiter zufriedener, die Werkstattkunden bekommen schnelleren Service und an der Kasse werden die Schlangen kürzer.“ Sprach’s und zündete sich in seinem gläserneren Büro eine neue Zigarette an, Tankstelle und Werkstatt wie immer im Blick.

IMMER UND ÜBERALL IM BILD

Uwe Stapper möchte seine Kunden mit mehr Service an die Firma Ruthmann binden. An Ideen mangelt es nicht, doch die Technik bremst ihn.

Vermutlich fühlt es sich an wie Flöhe hüten, was Uwe Stapper, Prokurist und IT-Verantwortlicher der Firma Ruthmann, und seine Mitarbeiter täglich bewerkstelligen. Sie selbst arbeiten im grünen Gescher. Aber sie sollen zu jeder Zeit wissen, wie es ihren lange ausgelieferten Ruthmann Steigern, ihren Cargoloadern und Bluelift Raupen-Arbeitsbühnen gerade geht - beziehungsweise warum es bei denen gerade klemmt.

Ihre Hightech-Arbeitsbühnen gelten in der Branche dank der hohen technischen Performance und ebensolcher Flexibilität als Premiummarken. Entsprechend hoch ist die Erwartungshaltung der Kundschaft. Stapper freut sich: „Wir können uns über den Mobilfunk auf die Geräte schalten und unsere Diagnosetools einsetzen, falls es Probleme gibt“. Womöglich gibt es bei den Kunden aber seltener Probleme als bei Ruthmanns daheim: „Wir liegen hier genau zwischen zwei Vodafone-Masten und das reicht oft nicht einmal für eine Edge-Netzabdeckung“.

Auch Ruthmanns gutem Ruf als Trendsetter im Service-Bereich nutzt die maue Verbindung nicht gerade. Stapper berichtet: „Wir brauchen den schnellen Online-Zugriff auch für unsere mobilen Service-Fahrzeuge. Sie können Daten beispielsweise für die Materialverwendung oder die Arbeitszeiterfassung direkt in die Lager oder die Personalabteilung übertragen. Das zeichnet unsere Produkte aus. Aber unsere Wettbewerber setzen jetzt massiv nach.“

Weil es die Kundschaft gerne schnell und bequem hat, möchte Ruthmann ihr noch mehr webbasierte Services anbieten. Zum Beispiel beim so genannten Aftersales, dem lukrativen Geschäft mit Wartung und Ersatzteilen. Der Zeitpunkt ist günstig: Die hunderte verkauften Geräte der letzten Jahre kommen jetzt ins passende Alter. Das wäre wieder ein Wettbewerbsvorteil im Markt. „Und einen Ersatzteilshop im Web können wir uns auch noch gut vorstellen“, sagt Stapper, holt Luft und ergänzt dann: „Aber auch dafür wäre schnelleres Internet zwingend nötig.“

Seine Erkenntnis als kaufmännischer Leiter: „Heute wird irgendwann jedes Projekt in einem Unternehmen zum IT-Projekt. Aber ohne schnelle Download- und Upload-Zeiten wird es schwierig“.

WENN SICH DATEN VOM ACKER MACHEN

Für den Landwirt Ludger Schulze Beiering ist sein iPad so wichtig wie der Blick in den Himmel.

Ob es seinen Mastschweinen gut geht, sieht Ludger Schulze Beiering am Bildschirm. Zwischen zehn und zwanzig Parameter zeigen ihm seine Messstationen direkt aus dem Stall an, nicht nur über Lüftung oder Fütterung. „Dabei könnten das noch viel mehr sein“, sagt der Landwirt aus dem Kreis Borken. „Wir können noch gar nicht alle erfassbaren Werte nutzen, weil die Übermittlung zu lange dauert.“

Auch in der Landwirtschaft wollen inzwischen ganze Datenfluten abgerufen, verwaltet, gespeichert und verschickt werden. Smart-Farming nennt sich das, wenn der Bauer mit dem iPad auf dem Trecker die allerneusten Informationen über Wetterlage, Düngeangaben oder seinen digitalen Schweinestall bekommt. Oder dank der Steuerung über drei Satelliten einen fast zentimetergenauen Vorschlag erhält, in welcher Spur er seinen Trecker am effektivsten über den Acker steuert. „Ist schon praktisch“, sagt Schulze Beiering, „wenn der Schlepper kaputtgeht, ein Mitarbeiter der Werkstatt kommt und das Problem mit Hilfe seines iPads lösen kann“. Oder der Mitarbeiter schon aus seiner Werkstatt heraus die richtige Diagnose stellen kann.

Auch die Biogas-Anlagen der Region sind untereinander und mit den Bauern vernetzt. Doch da fängt das Problem schon an: Weil die Beteiligten keinen einheitlichen Zugang zur schnellen Breitbandtechnik haben, können nicht alle in der nötigen Echtzeit auf die Daten aus der Biogasanlage zugreifen.

Auch an anderen Stellen scheitert die bäuerliche Vernetzung mit Hilfe von Sensoren, Big-Data-Analysen und intelligenten, sogar selbst lernenden Maschinen noch: Manche Geräte sind untereinander noch nicht kompatibel.

Dabei wächst die Vernetzung von Tieren, Geräten und Produktionszweigen so unaufhaltsam wie Unkraut. Im Idealfall sorgt der digitale Austausch für eine artgerechtere Haltung der Tiere, eine ressourcen- und umweltschonende Produktion und sie spielt die hohen Anfangsinvestitionen der Bauern durch sinkende Kosten wieder ein.

„Viele Landwirte haben inzwischen auf eigene Kosten in ihren Außenbereichen schnelleres Internet verlegen lassen“, berichtet Schulze Beiering. Denn die schnelle Vernetzung dürfte auch für Landwirte darüber entscheiden, ob sie sich in Zukunft in einer Lieferkette behaupten können oder durch schnellere Wettbewerber ersetzt werden.

Der Datenfluss im Münsterland wird jedenfalls nicht kleiner werden, das steht für Landwirt Schulze Beiering fest. Denn der Erdverbundene hat luftige Pläne: „Als nächstes werden Drohnen über die Felder fliegen und uns sagen, wie wir am effektivsten arbeiten können.“

INDUSTRIE 4.0 IST STANDARD

Seit drei Generationen ist die Firma Grunewald anderen Maschinenbauern voraus. Jetzt gilt es, die neue Datenflut zu beherrschen.

Es klingt so nüchtern: Werkzeug- und Formenbau für die Automotive- und Luftfahrtindustrie. Doch dahinter stecken zwei der anspruchsvollsten Kunden, die ein Maschinenbauer haben kann. Auto- und Flugzeughersteller fordern für ihre in Bocholt bestellten Elemente eine extrem hohe Genauigkeit, produziert just in time und das alles zu angenehmen Preisen. Aluminium- und Eisenguss müssen sitzen.

Aber Ulrich Grunewald, der Enkel des Firmengründers, kann mit hohen Erwartungen umgehen. Wie er überhaupt einiges gelassen sieht: „Ich bin kein Verfechter des digitalen Hypes. Ich habe schon 1985 den ersten Rechner für Zeiterfassung in der Firma installiert. Bald darauf haben wir Riesensummen in die dreidimensionale Konstruktion investiert. Später waren wir einer der ersten, die eine sehr teure fünfachsige Fräsmaschine kauften. Und mit 3 D-Druck arbeiten wir seit den 90er-Jahren“. Solche Innovationssprünge verschafften den wagemutigen Grunewalds über Jahrzehnte einen Wettbewerbsvorteil. Heute reicht das nicht mehr.

„Ohne Datenverarbeitung in Echtzeit und aus aller Welt läuft gar nichts mehr. Die Kunden werden immer anspruchsvoller und die Datenmengen wachsen explosionsartig. Industrie 4.0 ist bei uns längst Standard“, sagt der gelernte Modellschreiner und Maschinenbauer. Und ergänzt: „Wir müssen uns immer gewahr sein, dass unsere Kunden morgen wieder mehr fordern werden“.

Das gilt auch beim Thema Datensicherheit, einem der heikelsten Aufgaben im neuen Industriezeitalter überhaupt. Auch die Daten Dritter müssen auf Basis tagesaktueller Abwehrmaßnahmen gegen die steigende Zahl der Cyberattacken geschützt werden. „Manchmal wissen nicht mal unsere Mitarbeiter, für wen sie welche Teile fertigen“, erzählt Grunewald.

„Wir sind auch deshalb froh, dass wir schon über extrem schnelle Glasfaserverbindungen verfügen. Wir arbeiten in Bocholt an zwei Standorten und merken gar nicht, dass der Kollege manchmal im anderen Haus sitzt“, freut sich Grunewald über diese Grundausstattung für Industrie 4.0. „Meine Tochter lebt bei Magdeburg. Sie schickt noch per Post USB-Sticks hin und her. Im Kreis Borken ist man da schon wesentlich weiter.“

KONKURRENZFÄHIG DANK OUTSOURCING

Uwe Neugebauer nutzt alle Möglichkeiten der Digitalisierung. Eigene Server oder Softwareentwickler braucht er dank schnellem Internet dafür längst nicht mehr.

Der Geschäftsführer des Türenherstellers Vitadoor verschwendet keine Zeit. Erst recht nicht, solange die Baubranche boomt. Dank niedriger Zinsen planen Menschen vermehrt Häuser und Wohnungen oder renovieren ihre alten. Für Neugebauer sind das schöne Aussichten: Zigtausende Immobilienbesitzer werden auch in den kommenden Jahren neue Türen kaufen. Sehr gerne die Vitadoor-Exemplare aus Stadtlohn. Die Zeichen stehen gut: Schon heute sind im Werk an einem einzigen Tag bis zu 5000 Türen auf zehn Produktionsanlagen im Umlauf, passgenau aufgelegt von Robotern. Dank der Identifikation jeder einzelnen Tür durch Seriennummern und Barcodes weiß jede Bearbeitungsstation exakt, was sie zu tun hat. Mit Hilfe so genannter Verfahrwagen wird der innerbetriebliche Transport organisiert. Der Betrieb läuft in vielen Bereichen vollautomatisiert.

Und das schon ab dem Moment, in dem der Kunde – in der Regel der Fachhändler - seine Bestellung abgibt. Neugebauer freut sich über die zügige Abwicklung: „Schon bei der Auftragsbestätigung laufen die Daten in unsere Produktion ein. So werden zum Beispiel Glaseinsätze automatisch berechnet und sofort bestellt.“ Im Büro startet zeitgleich ein Dokumentenmanagement-System, das Bestellung und Abrechnung organisiert. „Nur dank dieser optimierten Produktion und Abwicklung bleiben wir konkurrenzfähig“, so Neugebauer. „Deshalb konzentrieren wir unsere Energie und unser Kapital auf Produktinnovationen und kümmern uns nicht mehr selbst um aktuelle Software oder Serverkapazitäten.“ Vitadoor nimmt dafür einen externen Dienstleister aus der Region in Anspruch. Neugebauer fasst es so zusammen: „Wir arbeiten dank Glasfaserverbindungen jetzt komplett virtuell.“ Neugebauer ist auch deshalb offen für den externen IT-Support, weil er seine Daten bei den Experten sicher untergebracht sieht. Um die sensiblen Produktionsinformationen im eigenen Betrieb vergleichbar gut vor Verlust oder gar vor Missbrauch zu schützen, müsste Vitadoor intern einen hohen finanziellen und personellen Aufwand betreiben.

Dem studierten Wirtschaftsinformatiker liegt aber nicht nur das Wohl seines Betriebes beim Thema Digitalisierung am Herzen. Er appelliert: „Unsere Politiker müssen dafür sorgen, dass alle Menschen dank Breitbandtechnik vom Internet profitieren können. In Ballungsgebieten ist dank dieser Technik der bequeme Einkauf von Artikeln des täglichen Bedarfs schon verbreitet. Aber gerade in der ländlichen Region, welche unter dem demographischen Wandel leidet, ist eine nachhaltige Breitbandversorgung besonders wichtig. Schnelles Internet kann für viele Menschen hilfreich und ein enormer Zugewinn für die ganze Gesellschaft sein.“

VORSICHT VOR FALSCHEN VORBILDERN

Der Unternehmer Tobias Groten aus Ahaus erkannte das Potenzial der Digitalisierung schon in den 1990er-Jahren. Seitdem begleitet er das Thema - offen und kritisch.

Drei Fragen an den Gründer des Unternehmens Tobit Software

Tobias Groten hat die Digitalisierung schneller als andere verstanden. Das rät er heute Unternehmern.

Was raten Sie Unternehmern mit Sicht auf die nächsten fünf Jahre, die mit den neuen Anforderungen noch fremdeln?

Ein Unternehmer, der noch immer nicht realisiert hat, dass die Karten neu gemischt werden, der wird es vermutlich auch nicht mehr verstehen. Mein Rat ist da nur konsequent: Ganz schnell die eigene Firma verkaufen und sich mit dem Geld einen schönen Lebensabend machen. Im Interesse der Mitarbeiter am besten unbedingt an jemanden, der schon verstanden hat, was gerade abgeht.

Und was halten Sie für die größte Chance der Unternehmer, die sie nutzen?

„Nicht die Großen fressen die Kleinen, sondern die Schnellen fressen die Langsamen“ - heute bringt dieser Spruch im Kern das auf den Punkt, was die Digitalisierung macht: Sie beschleunigt einfach alles. Und ein im tiefsten Kern digitalisiertes Unternehmen schlägt jedes andere.

Gibt es ein Thema, das aus Ihrer Sicht bei der Digitalisierung noch immer zu kurz kommt?

Was man unter Digitalisierung versteht, scheint langsam jedem klar zu werden. Dass es gar nicht mehr anders geht, weiß buchstäblich jedes Kind. Was aber vollkommen zu kurz kommt, ist das WIE. Und das ist kein Wunder: Von den großen Treibern der Digitalisierung, Unternehmen wie Facebook, Google, Amazon, Airbnb oder Uber kann niemand etwas vom „Digitalen Wandel“ lernen. Diese Unternehmen haben ihn selbst gar nicht mitgemacht – sie sind nie anders gewesen. Aber wir lassen uns nun von ihnen einreden, „Disruption“ wäre der einzige Weg für den Wandel. Ich halte das heute für einen katastrophalen Fehler! Die deutschen Automobilunternehmen demonstrieren das gerade: In ihrer grenzenlosen Panik verzocken sie ihr ganzes Unternehmen. Statt eine vierzehnte, fünfzehnte und sechszehnte innovative neue Marke aufzubauen, die anders denkt und anders handelt und dabei nach und nach und in aller Ruhe alte Marken herunterzufahren, fackeln Unternehmen wie VW jetzt auf einen Schlag den ganzen Laden ab. Das Lösungswort für den „Digitalen Wandel“ heißt weder „Transformation“ noch „Disruption“. Sondern „Parallel“!

MEHR SEIN ALS SCHEIN

Wie eine Journalistin den Kreis Borken sieht

Wirtschaftsjournalisten haben einen wunderbar interessanten Beruf. Wer sich nicht nur in Bilanzen eingräbt, Pressekonferenzen besucht und sich durch die Republik telefoniert, der wird mit tiefen Einsichten in den Mittelstand belohnt. Denn erst wer die Redaktionsstube verlässt, lernt Land und Leute wirklich kennen.

Was treibt Unternehmer an und um? Wie viel Spielraum, Dinge zu unternehmen oder zu lassen, haben sie wirklich? Werden sie von gesetzlichen Auflagen gebeutelt - oder wann ist ihre Klage nur der Gruß des Kaufmanns? Treibt die Erbschaftssteuer ganze Familien an den Rand der Armut - oder ist es nicht gar so schlimm? Wimmelt es bei der Digitalisierung vor lauter Springinsfelds oder beherrschen Zauderer die Chefetagen?

Das und noch vieles mehr wollen unsere Leser wissen. Jeden Tag reißen sich viele gute Journalisten ein Bein aus, um Fakten und Zusammenhänge für ihre Artikel zu recherchieren.

Am Ende aber geht es immer um Menschen. Denn wie gut ein Startup oder ein traditionsreiches Familienunternehmen die Herausforderungen der Digitalisierung stemmt und seine Chancen nutzt, das hängt nicht nur von ihren Businessplänen ab. Auch nicht von Unternehmensberatern.

Es hängt vor allem von der Führungskultur der Chefs und der Wissbegierde ihrer Mitarbeiter ab, von anpassungsfähigen Patriarchen und ihren diplomatischen Kindern. Aber auch von zufriedenen Mitarbeitern, deren Chef Internet und Cloud auch für Angebote zur besseren Vereinbarkeit von Beruf und Familie nutzt. All das passiert tagtäglich und ohne großen Wind im Kreis Borken.

Und das ist auch der Grund, warum ich so gerne im und für das Münsterland arbeite. Viele Frauen und Männer hier haben mich nachhaltig beeindruckt.
Weil sie ohne viele Worte sehr früh sehr innovativ waren, aber nicht jedem Hype anheimfielen. Weil sie kriselnde Firmen wieder vom Kopf auf die Füße stellten und geschäftsführende Gesellschafter mit Mann und Maus für ihr Tun haften, statt sich hinter windigen Holdingkonstruktionen zu verstecken. Davor habe ich großen Respekt.

Diese vorliegende Broschüre über die Voraussetzungen einer gelungenen Digitalisierung handelt von Menschen und Technik. Was für eine gelungene Mischung im Münsterland!

Herausgeber: Wirtschaftsförderungsgesellschaft
für den Kreis Borken mbH

Erhardstraße 11 · D-48683 Ahaus
Telefon +49 (0) 2561 97999-0
Telefax +49 (0) 2561 97999-99
E-Mail info@wfg-borken.de
Internet www.wfg-borken.de

Layout: Das Werbe Werk; Nina Linfert, Borken
Texte und Interview: Anke Henrich, Agentur für Mittelstandskommunikation, Neuss

Unser herzlicher Dank gilt allen, die dieses Projekt unterstützt haben und sich die Zeit für Erfahrungsaustausch und persönliche Gespräche genommen haben.

Fotos: Fotostudio Brundu; Sarah Brundu, Heek
fotolia #137846088 | Urheber: psdesign1
fotolia #31113848 | Urheber: kentoh

© 2018, WFG für den Kreis Borken mbH, www.wfg-borken.de

Wirtschaftsförderungsgesellschaft
für den Kreis Borken mbH

Erhardstraße 11 · D-48683 Ahaus
Telefon +49 (0) 2561 97999-0
Telefax +49 (0) 2561 97999-99
E-Mail info@wfg-borken.de
Internet www.wfg-borken.de