



Bundesministerium  
für Wirtschaft  
und Klimaschutz

Mittelstand-  
Digital 

# Hybride Geschäftsmodelle

*Themenheft Mittelstand-Digital*

[bmwk.de](https://www.bmwk.de)

## Impressum

### Herausgeber

Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK)  
Öffentlichkeitsarbeit  
11019 Berlin  
www.bmwk.de

### Stand

Mai 2022

### Druck

MKL Druck GmbH und Co. KG, 48346 Ostbevern

### Text

LoeschHundLiepold Kommunikation GmbH, 10827 Berlin

### Gestaltung

PRpetuum GmbH, 80801 München

### Bildnachweis

AdobeStock  
NDABCREATIVITY / Titel  
nutawut / S. 26  
BMWK

### Zentraler Bestellservice für Publikationen der Bundesregierung:

E-Mail: [publikationen@bundesregierung.de](mailto:publikationen@bundesregierung.de)

Telefon: 030 182722721

Bestellfax: 030 18102722721

Diese Publikation wird vom Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit herausgegeben. Die Publikation wird kostenlos abgegeben und ist nicht zum Verkauf bestimmt. Sie darf nicht zur Wahlwerbung politischer Parteien oder Gruppen eingesetzt werden.



# Inhalt

Editorial.....	4
Geschäftsmodelle werden digitaler .....	6
Zahlen und Fakten.....	8
Neue Geschäftszweige durch Digitalisierung erschließen.....	10
Automatisiertes Medikamentencoaching mit KI.....	13
Mehr Vernetzung für Hotelpersonal.....	16
Mittelstand-Digital unterstützt regional und thematisch.....	19
Technologie – am Menschen ausgerichtet.....	23
Spielerisch zum neuen Geschäftsmodell.....	28
Wie virtuelle Rundgänge das Unternehmen ins Wohnzimmer der Kundschaft bringen .....	31



# Editorial

## Liebe Leserinnen und Leser,

die Digitalisierung birgt viele Chancen für kleine und mittlere Unternehmen – bringt aber auch einige Herausforderungen mit sich. Digitale Lösungen in den Geschäftsalltag einzubringen wird häufig als einschüchternde Aufgabe wahrgenommen. Die Möglichkeiten sind vielfältig, und meist herrscht Unklarheit darüber, welche Digitalisierungsmaßnahmen wirklich zum eigenen Unternehmen passen und Erfolg versprechen. Hier gilt jedoch: Auch kleine Schritte können große Wirkung zeigen. Statt eine vollständige Digitalisierung ihres Angebots anzustreben, ist für viele kleine und mittlere Unternehmen vielmehr ein hybrides Geschäftsmodell sinnvoll, bei dem das klassische Angebot durch digitale Ansätze ergänzt wird. Dabei können digitale Anwendungen helfen, bereits bestehende Prozesse durch mehr Vernetzung zu optimieren oder sogar ganz neue Geschäftsfelder bzw. Vertriebswege zu erschließen.

Dieses Themenheft soll als Inspiration und Orientierungshilfe dienen und mittelständischen Unternehmen einen ersten Überblick über die verschiedenen Möglichkeiten verschaffen, wie sie hybride Geschäftsmodelle umsetzen können. Die vorgestellten Praxisbeispiele stammen aus verschiedenen Branchen und greifen unterschiedlich tief in die bestehenden Prozesse der jeweiligen Unternehmen ein – von einfachen Maßnahmen, die die interne Kommunikation in der Gastronomie verbessern, über KI-Lösungen, die die Patientenbetreuung in der medizinischen Versorgung ergänzen, bis hin zu umfangreichen digitalen Marktplatzplattformen und Lizenzmodellen für den Handel. Daneben erhalten Sie in Expertenbeiträgen einen Überblick über verschiedene Methoden für die Entwicklung hybrider Geschäftsmodelle. Die Entwicklungsstrategien helfen dabei, die Potenziale des eigenen Unternehmens zu erkennen und passende digitale Lösungsansätze für spezifische Anliegen zu entwickeln.

Mittelstand-Digital, der Förderschwerpunkt des Bundesministeriums für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK), informiert kleine und mittlere Unternehmen über die Chancen und Herausforderungen der Digitalisierung und unterstützt auch finanziell bei Digitalisierungsprojekten. Die geförderten Zentren des Netzwerks stehen Unternehmen in ganz Deutschland kostenfrei und anbieterneutral mit Expertenwissen, Demonstrationszentren, Veranstaltungen, KI-Trainerinnen und -Trainern sowie bei ihren Umsetzungsprojekten zur Seite.

Wenden Sie sich bei Fragen rund um Ihre Digitalisierungsvorhaben jederzeit an die Anlaufstelle in Ihrer Nähe. Nähere Informationen dazu finden Sie im Heft. Wir wünschen Ihnen eine spannende Lektüre.

Ihr Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz

# Geschäftsmodelle werden digitaler

Die Digitalisierung eines kleinen oder mittleren Unternehmens muss nicht damit beginnen, seinen kompletten Betrieb und sein Geschäftsmodell auf den Kopf zu stellen. Die zahlreichen bereits umgesetzten Digitalisierungsprojekte aus dem Netzwerk von Mittelstand-Digital zeigen, wie sich existierende Geschäftsmodelle durch neue digitale Ansätze ergänzen lassen. Hybride Geschäftsmodelle verknüpfen analoge Produkte oder Dienstleistungsangebote mit digitalen Lösungen und bringen zahlreiche Vorteile mit sich. In vielen Unternehmen sollen erste Digitalisierungsprojekte dazu dienen, neue Vertriebswege zu erschließen und die Zielgruppe zu erweitern oder passgenauer anzusprechen. Klassische Geschäftsmodelle lassen sich auch um neue digitale Werkzeuge erweitern, um Prozesse zu optimieren und effizienter zu gestalten.

Bestehende Produkte durch digitale Module zu ergänzen ist eine weitere Möglichkeit für kleine und mittlere Unternehmen, ihr Geschäftsmodell zu digi-

talisieren. Kostengünstig können dabei einzelne Module innerhalb eines komplexen Systems aufgewertet werden, ohne dass umfassende Neuinvestitionen notwendig sind.

Umfragen zeigen, dass kleine und mittlere Unternehmen die Umsetzung von Digitalisierungsprojekten rund um ihr Geschäftsmodell anstreben. Die Corona-Pandemie hat diesen Prozess beschleunigt: In einer Befragung von Bitkom Research von 2021 gaben 60 Prozent der Unternehmen an, aufgrund von Corona Prozesse zur Entwicklung digitaler Geschäftsmodelle neu eingeführt oder ausgeweitet zu haben. 75 Prozent bestätigen, dass sie ihre digitalisierten Leistungen auch nach der Pandemie beibehalten oder sogar ausweiten wollen.<sup>1</sup> Laut dem Telekom-Digitalisierungsindex Mittelstand 2020/2021 gaben 40 Prozent der befragten Unternehmen an, dass sie dank bereits zuvor digitalisierter Geschäftsmodelle gut durch die Pandemie gekommen sind.<sup>2</sup>

1 Digitalisierung der Wirtschaft – Wo steht Deutschland nach zwei Jahren Pandemie?

URL: [https://www.bitkom.org/sites/default/files/2021-11/bitkom-charts-digitalisierung-der-wirtschaft-24-11-2021\\_final.pdf](https://www.bitkom.org/sites/default/files/2021-11/bitkom-charts-digitalisierung-der-wirtschaft-24-11-2021_final.pdf), abgerufen 28.02.2022

2 Der digitale Status quo des deutschen Mittelstands – Telekom Digitalisierungsindex Mittelstand 2020/2021,

URL: [https://www.digitalisierungsindex.de/wp-content/uploads/2020/12/Telekom\\_Digitalisierungsindex\\_2020\\_GESAMTBERICHT.pdf](https://www.digitalisierungsindex.de/wp-content/uploads/2020/12/Telekom_Digitalisierungsindex_2020_GESAMTBERICHT.pdf), abgerufen 28.02.2022

Beliebte, bereits bestehende digitale Geschäftspraktiken sind laut Bitkom Digital Office Index 2020 die Online-Bestellung von Produkten und Dienstleistungen (75 %) sowie digitale Anwendungen für die interne Kommunikation (45 %).<sup>3</sup> Laut einer Studie von IDC gaben derweil rund 25 Prozent der befragten Unternehmen an, neue datenbasierte Geschäftsmodelle voranzutreiben.<sup>4</sup> Als größte Hemmnisse im Rahmen der Digitalisierung von Geschäftsmodellen werden, so zeigt eine quantitative Online-Befragung der FOM Hochschule und des KCT Kompetenzzentrums für Technologie- & Innovationsmanagement, fehlende Zeit (69 %), fehlendes Budget (62,6 %) sowie Unsicherheit bezüglich der Nachfrage (59,5 %) angesehen.<sup>5</sup> Laut dieser Online-Befragung kommt dem Einsatz von bestimmten Methoden bei der Entwicklung neuer Geschäftsmodelle eine besondere Rolle zu, denn fast 90 Prozent der Teilnehmenden gaben an, darin ein wichtiges Mittel von Innovationsprozessen zu sehen. Brainstorming wird dabei in nahezu jedem befragten Unternehmen genutzt (97 %), aber auch weniger bekannte Entwicklungsmethoden wie Design Thinking (58,6 %) oder das Business Model Canvas (35,8 %) werden bereits in Teilen der Unternehmen angewendet.

Methoden zur Weiterentwicklung von Geschäftsmodellen werden auch in diesem Themenheft vorgestellt. Sie helfen dabei, neue Ideen zu generieren, aber auch vorhandene Ideen zu bewerten. Darüber hinaus zeigen wir verschiedene Wege auf, wie kleine und mittlere Unternehmen traditionelle Geschäftsmodelle digital aufbauen, neu aufstellen und erweitern können. Welche Potenziale sind bereits vorhanden? Welche Chancen und Anknüpfungspunkte bestehen für digitale Dienstleistungen und Produkte? Welche Methoden können die Unternehmen einsetzen, um ihre Geschäftsmodelle mit digitalen Komponenten zu erweitern? Beispiele aus der Praxis veranschaulichen, wie die Weiterentwicklung klassischer Geschäftsmodelle gelingen kann.

Weiterführende Informationen und Anlaufpunkte finden Unternehmen auf der Webseite [www.mittelstand-digital.de](http://www.mittelstand-digital.de).

3 Bitkom Digital Office Index 2020, URL: [https://www.bitkom.org/sites/main/files/2020-10/201012\\_studienbericht\\_doi-2020\\_v11\\_final-1.pdf](https://www.bitkom.org/sites/main/files/2020-10/201012_studienbericht_doi-2020_v11_final-1.pdf)

4 IDC, 2021, URL: [https://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prEUR147474721&utm\\_medium=rss\\_feed&utm\\_source=Alert&utm\\_campaign=rss\\_syndication](https://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prEUR147474721&utm_medium=rss_feed&utm_source=Alert&utm_campaign=rss_syndication), abgerufen am 22.12.2021

5 Studie zum Technologie- und Innovationsmanagement – Methodeneinsatz, Ausgestaltung und Erfolgsfaktoren, KCT Schriftenreihe Band 6, URL: <https://www.fom.de/forschung/institute/kct/publikationen-und-vortraege.html#!acc=kct-schriftenreihe/accid=19306>, abgerufen 28.2.2022

# Zahlen und Fakten



## NEU DENKEN – MIT DEN RICHTIGEN METHODEN

**89,5**  
PROZENT

sehen im Einsatz von Methoden ein wichtiges Mittel des Innovationsprozesses.



Genutzte Methoden:

**97**  
PROZENT  
Brainstorming

**58,6**  
PROZENT  
Design Thinking

**35,8**  
PROZENT  
Business Model Canvas

**40,1**  
PROZENT

der Ideen führen zum Markterfolg.

## WETTBEWERBSFÄHIG DANK DIGITALER PRODUKTE UND SERVICES

**27**  
PROZENT

setzen Chatbots ein.

**25**  
PROZENT

treiben neue datenbasierte Geschäftsmodelle voran.



**75**  
PROZENT

bieten eine Online-Bestellung für ihre Produkte oder Services an.

**45**  
PROZENT

nutzen digitale Kollaborationstools für die interne Kommunikation.

tät sowie Erfassung und Klassifizierung relevanter Daten bremsen datengetriebene Geschäftsmodelle in Deutschland aus“, IDC, 2021 | „Digitale Transformation im Mittelstand. Organisation und Führung für innovative Unternehmen. Ergebnisse einer Bestandsaufnahme baden-württembergischer KMU“, Fraunhofer IAO, 2020 | „Digitalisierung der Wirtschaft – Wo steht Deutschland nach zwei Jahren Pandemie?“, Bitkom, 2021 | „Bitkom Digital Office Index 2020. Eine Studie zur Digitalisierung von Büro- und Verwaltungsprozessen in deutschen Organisationen“, Bitkom, 2020

# Neue Geschäftszweige durch Digitalisierung erschließen

*Die Digitalisierung macht nicht nur eine Automatisierung und Prozessoptimierung möglich, sondern kann auch den Grundstein für neue Geschäftsmodelle legen. Gemeinsam mit dem Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Stuttgart konnte der schwäbische Textilhersteller Mictex so eine ganze Reihe neuer Geschäftsideen von Lizenz- über Marktplatz- bis hin zu Beratungsmodellen erschließen.*

Die Digitalisierung macht auch vor der Textilindustrie nicht halt. Technologische Innovationen und sich wandelnde Kundenanforderungen verlangen neue Geschäftsmodelle und Organisationsprinzipien. Während Kundinnen und Kunden sich zunehmend mehr Individualisierung bei der Auswahl von Stoffen, Farben oder Designs wünschen, stehen vor allem kleine und mittlere Unternehmen vor der Herausforderung, technische Anlagen zu vernetzen sowie Produktions- und Logistikprozesse zu automatisieren. Viele Textilhersteller verzeichnen einen Trend von der Beauftragung direkt vor Ort, per Telefon oder E-Mail hin zum Wunsch nach flexibel konfigurierbaren Online-Portalen – verstärkt durch die Corona-Pandemie, die den direkten Kontakt noch immer einschränkt. Das hat auch der schwäbische Textilhersteller Mictex erkannt und ist vielen Unternehmen bereits einen Schritt voraus.

Als Anbieter von personalisierter Arbeitskleidung machte das Unternehmen bereits in Eigenregie erfolgreich erste Schritte Richtung Digitalisierung. Das eigene Angebot unterstützt das Unternehmen durch ein digitales Shoppingtool, das den Bestellablauf sowohl für die Kunden als auch für das Unternehmen so einfach wie möglich gestaltet.

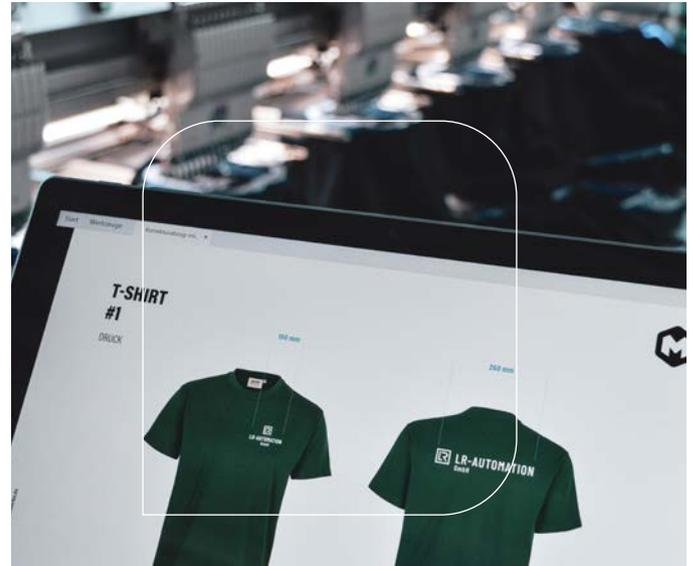


Informationen über den Auftrag sind via QR-Code abrufbar.

Die Prozesse von der Auftragsannahme bis zur Abwicklung und Produktion lassen sich über das Tool digital abbilden und optimieren. Außerdem erlaubt die neue Software über einen Konfigurator eine auf die Kunden zugeschnittene, individuelle Gestaltung der Produkte und die direkte Übermittlung des Produktionsauftrags an die Maschine. So konnte der Textilhersteller dafür sorgen, dass Kunden nicht nur auf regionaler Ebene, sondern deutschlandweit erreicht werden.

### Mitbewerber werden zu Kunden und Partnern

Nun plant das Unternehmen, die Software für seinen Online-Shop stärker in die eigene Geschäftsstrategie einzubinden und darüber hinaus sein Geschäftsmodell vom klassischen Auftragsgeschäft hin zu einer digitalen Plattformlösung weiterzuentwickeln. Unterstützung bei diesem Vorhaben suchte sich das Unternehmen beim Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Stuttgart. Gemeinsam mit den dortigen Expertinnen und Experten analysierten die Mitarbeitenden von Mictex in Workshops zunächst die Prozesse und Rollen des bisherigen Auftragsgeschäfts und definierten darauf aufbauend die Kernelemente des bisherigen Geschäftsmodells mithilfe des Business Model Canvas. Schnell wurde deutlich, dass die Software über enormes Potenzial für neue Geschäftsstrategien verfügt, um das bisherige Modell zu ergänzen.



Das Online-Portal zur Gestaltung und Bestellung der Ware ist direkt mit der Produktion verbunden.

Die Ausarbeitung ergab vier verschiedene Wertschöpfungsmodelle:

- In einem Lizenzmodell kann die Software für die Online-Konfiguration und Bestellung von Textilien an andere Unternehmen der Branche verkauft werden.
- Im Rahmen eines Partnermodells stellt Mictex Unternehmen, die in der Wertschöpfungskette vorgelagert sind – zum Beispiel Agenturen oder Werbetechniker –, die Software kostenfrei zur Verfügung. Diese Partner übermitteln die Fertigungsaufträge direkt an Mictex und erhalten eine Vermittlungsprovision.

- Im Marktplatz-Modell können Mitbewerber Teil des Mictex-Marktplatzes werden. Von Mictex akquirierte Aufträge gehen dann an den Marktplatzteilnehmer mit den besten Konditionen, und Mictex erhält nach Abwicklung des gesamten Bestell- und Rechnungsprozesses einen Teil des Auftragswertes.
- Beim Beratungsmodell fungiert Mictex als Dienstleister, der Mitbewerber dabei unterstützt, sich ähnlich erfolgreich zu digitalisieren, angefangen bei der Implementierung der Plattformlösung.

„Zusammen kann man mehr erreichen, vor allem in so einer schwierigen Branche wie der Textilbranche“, erklärt Mictex-Geschäftsführer Andreas Schlegel die innovative Idee, Know-how mit

Mitbewerbern zu teilen und sich mit verschiedenen Partnern zusammenzuschließen, statt im Alleingang weiterzumachen. Welche der unterschiedlichen Geschäftsmodellideen umgesetzt werden, ist noch nicht entschieden. Als Nächstes plant der Textilhersteller eine Pilotphase, in der verschiedene Ideen erprobt und evaluiert werden können. „Wir legen los, testen und sehen, wo die Reise hingeht. Ich glaube, das ist grundsätzlich der beste Weg“, resümiert Andreas Schlegel und ermutigt andere mittelständische Unternehmen, die Digitalisierung ebenfalls anzupacken: „Irgendwann kommt der Punkt, an dem es zu spät ist.“

Mehr über das Projekt erfahren Sie in einer Doppelfolge der [„Mittelstand-Digital Podcasts“](#).

### Kontaktinformationen zum Zentrum

Stuttgart



# Automatisiertes Medikations-coaching mit KI

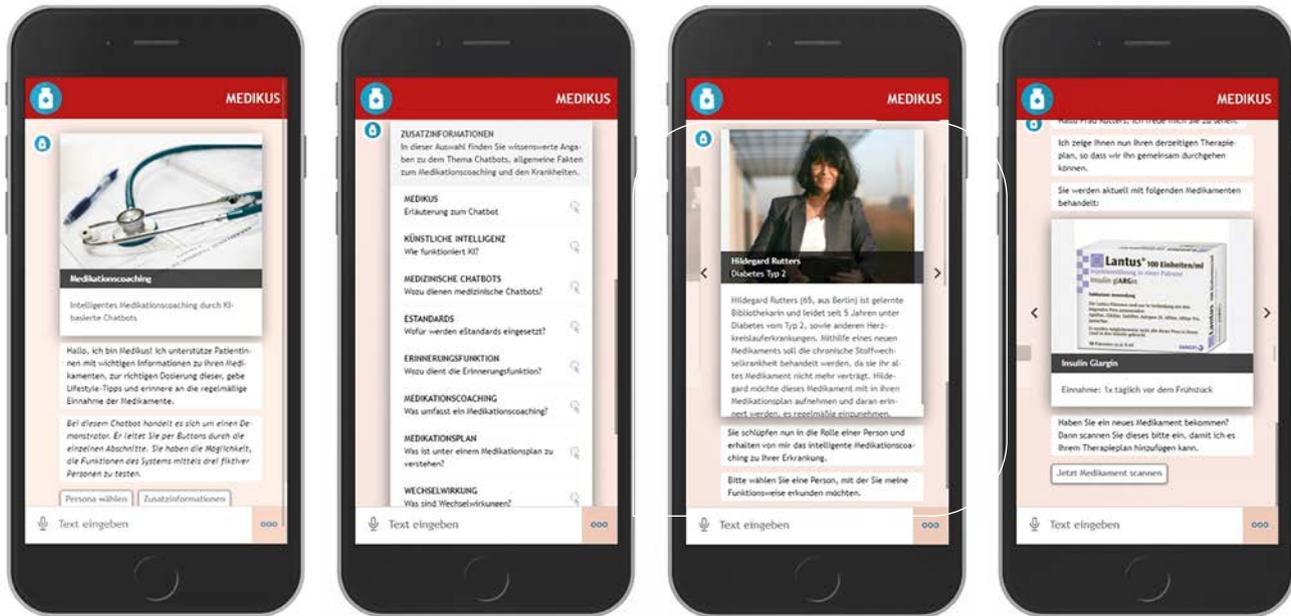
*Digitale Technologien unterstützen immer mehr die persönliche Gesundheit. Das zeigt auch das Praxisprojekt des Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrums eStandards mit der Vilua Healthcare GmbH. Aus der Zusammenarbeit ging ein Konzept für eine App zum individuellen Medikations-coaching hervor, die Patientinnen und Patienten über einen KI-basierten Chatbot unter anderem bei der Arzneimittelanwendung hilft.*

Die Wirkung von Arzneimitteln steht und fällt mit deren Arzneimitteladhärenz, also mit der korrekten Anwendung oder Einnahme durch die Patientin oder den Patienten. Trotz der genauen Anweisungen des behandelnden medizinischen Personals vergessen viele Menschen schlichtweg, ihre Medikamente regelmäßig einzunehmen. Andere sind sich unsicher, welche Wechselwirkungen verschriebene Medikamente mit anderen Arznei- oder Lebensmitteln haben könnten, oder sie werden in stressigen Zeiten ungenau bei der Einnahme. Wieder andere haben die Anwendungshinweise schlicht falsch verstanden. Vor allem Patientinnen und Patienten mit chronischen Erkrankungen sind häufig von diesen Problemen betroffen.

Die Vilua Healthcare GmbH, ein führender deutscher Anbieter von datenbasierten und nutzerzentrierten B2B-Lösungen in der Gesundheitsprävention und -versorgung, bietet deshalb u. a. ein Gesundheits-coaching für Patientinnen und Patienten an.

Ein Fokus liegt auf der Beratung zur Medikamenteneinnahme durch spezialisierte Medikations-coaches. Sie beraten die Erkrankten zu Wirkungsweise, Einnahmeformen, Wechselwirkungen und Kontraindikationen ihrer Arzneimittel. Mit dem Medikationscoaching unterstützt das Unternehmen Patientinnen und Patienten dabei, sich an die Empfehlungen der Ärztin oder des Arztes zu halten und die entsprechende Medikamententherapie korrekt durchzuführen. Allerdings ist dieses persönliche Coaching kostenintensiv, zeitlich nicht immer flexibel und komplex in der Dokumentation.

Das Unternehmen trat mit der Idee an die Offene Werkstatt Leipzig des Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrums eStandards heran, einen virtuellen Assistenten bzw. Chatbot für das Medikationscoaching zu entwickeln. Chatbots sind digitale Dialogsysteme, die eine natürliche, textbasierte Sprache benutzen, und kommen häufig im Kundenservice oder der Produktberatung zum Einsatz.



Screenshots aus der entwickelten Gesundheits-App zum Medikationscoaching

Dabei beantworten die digitalen Assistenten rund um die Uhr einfache, repetitive Fragen und entlasten auf diese Weise ihre menschlichen Kolleginnen und Kollegen.

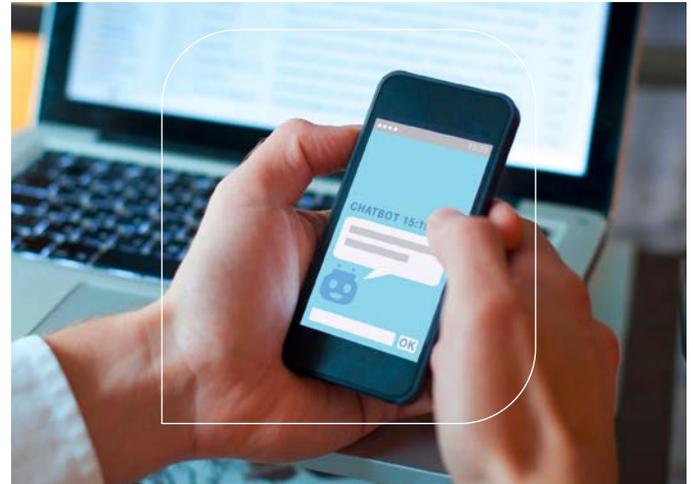
## Therapieplan und Medikamentenmanagement einfach per App

Mit Unterstützung der Expertinnen und Experten des Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrums eStandards entstand ein App-Konzept, das den bewährten Prozess des analogen Coachings digitalisiert und durch

den Einsatz von KI optimiert. Mit der App haben die Nutzerinnen und Nutzer nun die Möglichkeit, ihren persönlichen Therapieplan digital abzubilden, um beispielsweise pünktlich an die Medikamenteneinnahme erinnert zu werden oder sich über Neben- oder Wechselwirkungen zu informieren. Ein standardisiertes Frage-Antwort-System dient als Basis für den Chatbot, den man zum persönlichen Medikamentenmanagement befragen kann. Darüber hinaus lassen sich neue Medikamente durch Eingabe ihrer Pharmazentralnummer oder eine Scan-Funktion dem Therapieplan hinzufügen.

„Uns war es wichtig, unser bestehendes Beratungsangebot digital auszubauen und Standardauskünfte automatisiert geben zu können. Das Praxisprojekt hat uns bei der Weiterentwicklung dieser Idee sehr geholfen und uns ermöglicht, mit der konzipierten Struktur des Chatbots eine Balance aus Automatisierung und persönlichem Kontakt zu entwickeln“, fasst Dr. Jana Hapfelmeier der Vilua Healthcare GmbH das Praxisprojekt zusammen.

Auf Grundlage des Projekts entstand in der Offenen Werkstatt Leipzig des Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrums eStandards ein Demonstrator, der es den Besuchenden ermöglicht, die Funktionsweise der Gesundheits-App zum Medikationscoaching kennenzulernen. Dabei können sie auf spielerische Art und Weise eigene Erfahrungen mit einem Medikationscoaching machen, indem sie in die Rolle einer erkrankten Person schlüpfen und die vielfältigen Funktionen der App austesten. „Darüber hinaus



Chatbots können Patienten und Patientinnen bei Fragen rund um ihre Medikamententherapie unterstützen.

ist der Demonstrator für uns ein sehr gutes Beispiel dafür, wie man ein funktionierendes, analoges Geschäftsmodell digital weiterentwickeln kann“, so Dr. Marija Radic, Projektleiterin der Offenen Werkstatt Leipzig.

## Kontaktinformationen zum Zentrum

eStandards



# Mehr Vernetzung für Hotelpersonal

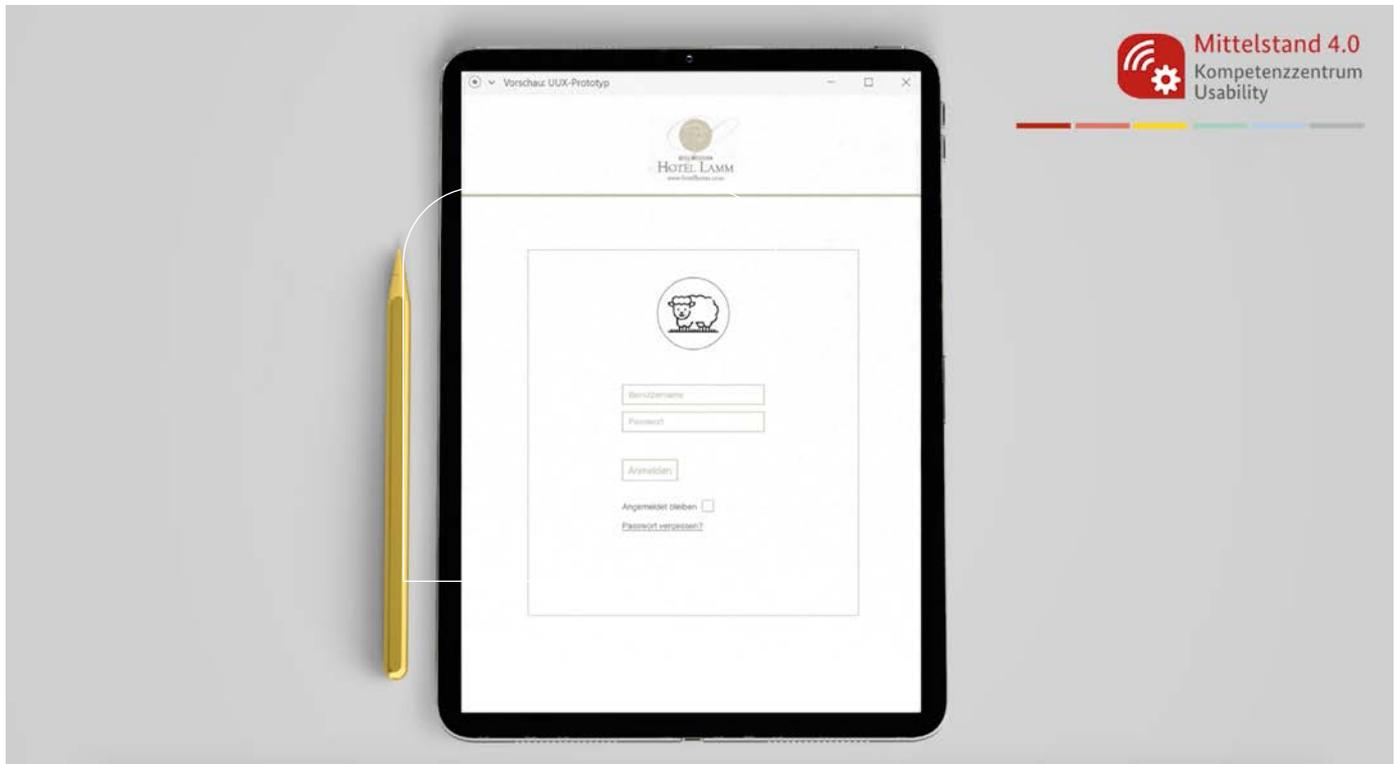
*Das Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Usability hat in einem Pilotprojekt für das Best Western Hotel Lamm erarbeitet, wie die interne IT-Landschaft die Zusammenarbeit von Hotelpersonal steigern kann – und damit auch die Zufriedenheit der Gäste. Das Ergebnis: ein Mitarbeiterportal, das für mehr Vernetzung sorgt.*

Als Gästereise (Customer Journey) wird in der Hotelbranche der Weg eines Gastes von der Informationssuche über die Buchung und den Aufenthalt bis zur Abfrage der Kundenzufriedenheit und zur erneuten Buchung bezeichnet. Zwar gibt es bereits zahlreiche Softwarelösungen, die das Hotelpersonal auch digital im Rahmen dieses Prozesses unterstützen, die bisherigen Anwendungen decken jedoch entweder nur einzelne Abschnitte der Gästereise ab oder sind sehr teuer. Das Management des mittelständischen Hotels Lamm in Singen am Bodensee, das zum Best Western-Franchise gehört, beschäftigte sich deshalb damit, wie es die internen Arbeitsabläufe für Leitung und Personal auch ohne sperrige oder kostenintensive Fertiglösungen digitalisieren kann.

Über digitale Check- und To-Do-Listen für das Personal wurden bereits erste Schritte Richtung Digitalisierung gemacht, doch es fehlte bislang an Vernetzungsmöglichkeiten zwischen diesen Anwendungen und dem Warenwirtschaftssystem, um den Anforderungen an die internen Abläufe gerecht zu werden. Die wachsende Systemlandschaft eines

Hotels birgt die Herausforderung, dass Tools wie Buchungssysteme, Warenbestandssysteme oder Mitarbeiteranwendungen untereinander wenig Schnittstellen aufweisen. Außerdem ist die Technologie oftmals nicht auf die tatsächlichen Bedürfnisse und Prozesse der Mitarbeitenden ausgelegt. Gemeinsam mit dem Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Usability setzte sich das Management deshalb zum Ziel, die digitalen Systeme im Hotel zu optimieren und nutzerfreundlich auf die Mitarbeitenden zuzuschneiden, um die Kommunikation im Hotel zu stärken, Arbeitsabläufe zu optimieren und damit eine größtmögliche Gästezufriedenheit zu erreichen.

In einer ersten Recherche-Phase wurde eine Fokusgruppe aus fünf Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zusammengestellt. Anschließend wurden Einzelinterviews geführt mit dem Ziel, Erkenntnisse über interne Abläufe und die Wünsche der Mitarbeitenden zu gewinnen. Die Ergebnisse zeigten, dass die Befragten sich mehr Konnektivität wünschen, aber gegenüber der Nutzung komplexer technischer



Anmeldemaske des Prototyps für das interaktive Mitarbeiterportal

Systeme unsicher sind. Auf Basis von Personas – also prototypische Mitarbeitende, die die Berufsgruppen unterschiedlicher Hotelbereiche wie z. B. Reinigungskraft oder Serviceleiter der Hotelbar abbilden – entstand ein Konzept für ein internes Mitarbeiterportal, das die Anforderungen aller Beteiligten berücksichtigt. Nach weiteren Evaluationen erarbeitete das Hotelmanagement mit Unterstützung der Mittelstand-Digital-Experten ein Detailkonzept aus, auf dessen Basis wiederum ein Prototyp der Plattform entwickelt wurde.

## Interaktives Mitarbeiterportal stärkt das Teamgefühl

Das Ergebnis ist eine digitale Plattform, die vor allem die interne Kommunikation bei der Arbeit erleichtert, während sie durch die verstärkte Kooperation gleichzeitig das Gemeinschaftsgefühl fördert. Die Mitarbeiterplattform gliedert sich in fünf Hauptbereiche, die miteinander verknüpft sind: To-Dos, Neuigkeiten, Handbuch, Organisation und den Chat. Das Herzstück des Portals bildet der To-Do-Bereich,

eine interaktive Alternative zu den momentan verwendeten, statischen Checklisten. Im Neuigkeiten-Bereich können aktuelle Informationen und Ankündigungen veröffentlicht werden. Außerdem werden hier regelmäßig Erfolgsstatistiken des Hotels publiziert. Das Handbuch fungiert als Nachschlagewerk, z. B. für den genauen Ablauf bestimmter Aufgaben, Regularien oder Kontaktdaten von Mitarbeitenden. Unter „Organisation“ kann alles rund um Arbeits- und Urlaubszeiten sowie der aktuelle Materialbestand verwaltet werden. Der Chat-Bereich dient der Kommunikation der Mitarbeitenden untereinander.

Die Reaktion des Hotels Lamm auf den fertigen Prototyp fiel sehr positiv aus: „Die Umsetzung und Implementierung des internen Mitarbeiterportals steht so bald wie möglich an und wird nach überstandener Coronakrise zeitnah in die Wege geleitet“, erklärt Hotelmanager Heiko Stärk. Darüber hinaus habe sich während des Entwicklungsprozesses der letzten Monate auch bei den Mitarbeitenden des Hotels eine spürbare Begeisterung für eine digitale Zusammenarbeit im Arbeitsalltag entwickelt. „Diese Begeisterung hält weiterhin an und ist zusätzlicher Ansporn für eine baldige Implementierung des Mitarbeiterportals“, führt Stärk aus.

### Kontaktinformationen zum Zentrum

Usability



# Mittelstand-Digital unterstützt regional und thematisch

Das Mittelstand-Digital Netzwerk unterstützt kleine und mittlere Unternehmen in ganz Deutschland bei der Digitalisierung. Kompetent und anbieterneutral informieren Digitalisierungsexperten und -expertinnen nicht nur theoretisch über Chancen und Herausforderungen der digitalen Transformation, sondern bieten in Lern- und Demonstrationsfabriken auch die Möglichkeit, virtuelle Technologien in der betrieblichen Praxis zu testen. Im vergangenen Jahr wurde zudem das Onlineangebot weiter ausgebaut.

Die Zentren im Netzwerk Mittelstand-Digital haben unterschiedliche Schwerpunktthemen, angefangen bei additiver Fertigung und digitalen Geschäftsmodellen über IT-Sicherheit bis hin zu Wissensmanagement und digitalem Zahlungsverkehr.

Die thematischen Zentren bieten jeweils an mehreren Standorten deutschlandweit gezielte Unterstützung für einzelne Branchen, wie Handel, Handwerk, Baugewerbe, IT- und Textilwirtschaft, bzw. Themen, wie eStandards, Kommunikation und Usability.

Wie können kleine und mittlere Unternehmen von hybriden Geschäftsmodellen profitieren? Die Expertinnen und Experten des Mittelstand-Digital Netzwerks unterstützen mit ihrem umfassenden Know-how bei der Konzeption und Umsetzung passender Maßnahmen.

Wie können kleine und mittlere Unternehmen im Handel und Gastgewerbe digitaler werden? Die Zentren im Netzwerk Mittelstand-Digital können mit ihrer Expertise bei der Transformation unterstützen.

## Mittelstand-Digital Zentrum Augsburg

- Verknüpfung von Unternehmensstrategie und digitalen Geschäftsmodellen
- Agile Methoden zur Entwicklung digitaler Geschäftsmodelle
- Planung und Implementierung digitaler Geschäftsmodelle

## Mittelstand-Digital Zentrum Berlin

- Entwicklung, Nutzung und Auswahl von digitalen Plattformen
- Innovation hybrider Geschäftsmodelle mit der Design-Thinking-Methode

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

- Entwicklung und Überarbeitung digitaler Geschäftsmodelle
- Innovation hybrider Geschäftsmodelle mit der Design-Thinking-Methode
- Begleitung bei der Entstehung und Implementierung neuer digitaler Geschäftsmodelle

### **Mittelstand-Digital Zentrum Chemnitz**

- Workshops zum Einsatz des Business Model Canvas für die Entwicklung digitaler Geschäftsmodelle
- Der Mensch als Erfolgsfaktor im Innovationsmanagement

### **Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Cottbus**

- Geschäftsmodellanalyse sowie Kunden- und Marktanalyse
- Methoden Business Model Canvas und LEGO® SERIOUS PLAY®
- Kundenzentrierte Geschäftsmodellentwicklung durch Customer Journey

### **Mittelstand-Digital Zentrum Darmstadt**

- Methodik für Unternehmen, um sich vom Produkt- zum Lösungsanbieter zu entwickeln
- Workshops zur Nutzung von Daten als neuem Faktor in der Wertschöpfung

### **Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum eStandards**

- Beratung zur hybriden Geschäftsmodellentwicklung mittels digitaler Standards
- Begleitung bei der Transformation zum hybriden Geschäftsmodell

### **Mittelstand-Digital Zentrum Hamburg**

- Entwicklung, Betreuung, Umsetzung und Fortentwicklung evolutionärer Digitalisierungsstrategien mit „Innovations-Methoden“ wie z.B. LEGO® SERIOUS PLAY®, Design Thinking und Business Model Canvas

### **Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Handel**

- Entwicklung und Beurteilung digitaler Geschäftsmodelle im Handel
- Plattformen und Vertrieb im Multikanalumfeld

### **Mittelstand-Digital Zentrum Handwerk**

- Entwicklung und Umsetzung neuer digitaler Geschäftsmodelle, Produkte und Dienstleistungen
- Etablierung von Handwerksbetrieben als digitale Marke bei Kundinnen und Kunden

### **Mittelstand-Digital Zentrum Hannover**

- Geschäftsmodell-Transformation vom Produktgeschäft zum Produkt-Service-System
- Simulations-Entwicklungsumgebung „PSS-Plan“ für hybride Geschäftsmodelle

### **Mittelstand-Digital Zentrum Ilmenau**

- Neue Geschäftsmodelle durch die Nutzung additiver Fertigung
- Geschäftsmodellinnovation durch Vernetzung von Maschinen und Produktionsprozessen

### **Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum IT-Wirtschaft**

- Unterstützung bei der Suche nach Kooperationspartnern, der Vernetzung & API's
- Rechtliche Unterstützung von hybriden Geschäftsmodellen bei Kooperationen

### **Mittelstand-Digital Zentrum Kaiserslautern**

- Digitales Tool „Geschäftsmodellkonfigurator“ auf der Plattform WERNER
- Online-Kurs „Digitale Geschäftsmodelle“ auf der Lernplattform LEA
- Unterstützung bei Praxisprojekten wie der Entwicklung einer Digitalisierungsstrategie

### **Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Lingen**

- Konzeption und Analyse übergreifender Prozess- und Wertschöpfungsketten
- IT-Integrationsmanagement für die Gestaltung hybrider Geschäftsmodelle

### **Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Magdeburg**

- Workshops und Seminare zur Analyse und Weiterentwicklung bestehender Geschäftsmodelle
- Begleitungsangebote zur Konzeption von (hybriden) Geschäftsmodellen
- Kostenfreies E-Learning-Angebot zur Geschäftsmodellgestaltung

### **Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Planen und Bauen**

- BIM als Methodik zur Planung, Ausführung und zum Betrieb von Bauwerken mittels digitaler Werkzeuge
- VR- und AR-Techniken zur Visualisierung von Planungen

### **Mittelstand-Digital Zentrum Rheinland**

- Bestandsanalyse und Identifikation von Geschäftsmodellpotenzialen
- Begleitung bei Prototypisierung und Umsetzung
- Monetarisierung von Daten für Data-Sharing

### **Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Rostock**

- E-Health – Digitale Unterstützung in der Arztpraxis
- Smarte Gebäudekonzepte im Hotelbetrieb
- Audio-Guide TRAVEL für Museen

### ■ Mittelstand-Digital Zentrum Ruhr-OWL

- Innovative Formate zur Analyse und Entwicklung von Geschäftsmodellen
- Fokus: daten-, plattform- & blockchainbasierte sowie Open-Source-Geschäftsmodelle

### ■ Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Saarbrücken

- Datenzentrierte Entwicklung von Smart Services unter Einbeziehung von Retrofitting
- Product4Service Design: Geschäftsmodellentwicklung für Dienstleistungsanbieter durch Einbettung der Dienste in analoge Produkte

### ■ Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Siegen

- Digitale Geschäftsmodellerweiterung in Handwerks- und Kleinstbetrieben
- Digitale Geschäftsmodellerweiterung bei kleinen und mittleren Unternehmen

### ■ Mittelstand-Digital Zentrum Schleswig-Holstein

- Geleitete Ideationsprozesse und anschließende Umsetzungsbegleitung in digitale Lösungen

### ■ Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Stuttgart

- Gestaltung von Konzepten für IoT-/Datenbasierte Services und Geschäftsmodelle
- Fokus Produkt-Service-Systeme und Wertschöpfungsnetzwerke

### ■ Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Textil vernetzt

- Produktivitätssteigerung durch bessere Vernetzung
- Unterstützung bei der Erarbeitung von Digitalstrategien

### ■ Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Usability

- Remote UUX-Methoden
- Ansätze zur Gestaltung und technischen Umsetzung von Mensch-KI-Interaktionen in der Dienstleistung durch Endanwenderinnen und -anwender

### ■ Mittelstand-Digital Zentrum Zukunftskultur

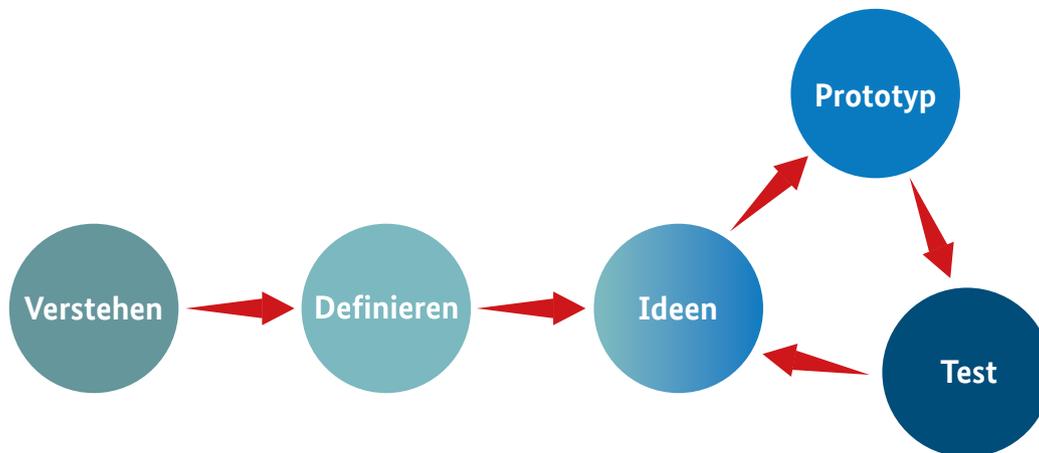
- Nachhaltige Geschäftsmodelle: Veränderungsmanagement, Unternehmenskultur und Vertrauensaufbau
- Externe Unternehmenskommunikation

# Technologie – am Menschen ausgerichtet

*Die Einführung technologischer Innovationen in den Geschäftsalltag kann leicht misslingen, wenn die Anwendungen nicht richtig an den Bedürfnissen der Nutzerinnen und Nutzer ausgerichtet sind. Methoden wie „Design Thinking“, „Business Model Canvas“ oder die „Customer Journey“ helfen Unternehmen dabei, Ideen zu entwickeln, die wirklich zu ihnen und ihrer Zielgruppe passen.*

Technologien werden im Zuge der Digitalisierung in rasantem Tempo komplexer und vielschichtiger. Nicht immer gelingt es den menschlichen Nutzern jedoch, mit dieser Geschwindigkeit Schritt zu halten. Bei der Einführung neuer digitaler Technologien für ihre Kundschaft müssen Unternehmen deshalb stets berücksichtigen, dass die Technologien an den Bedürfnissen der Menschen ausgerichtet sind. Doch was will und braucht die Zielgruppe wirklich?

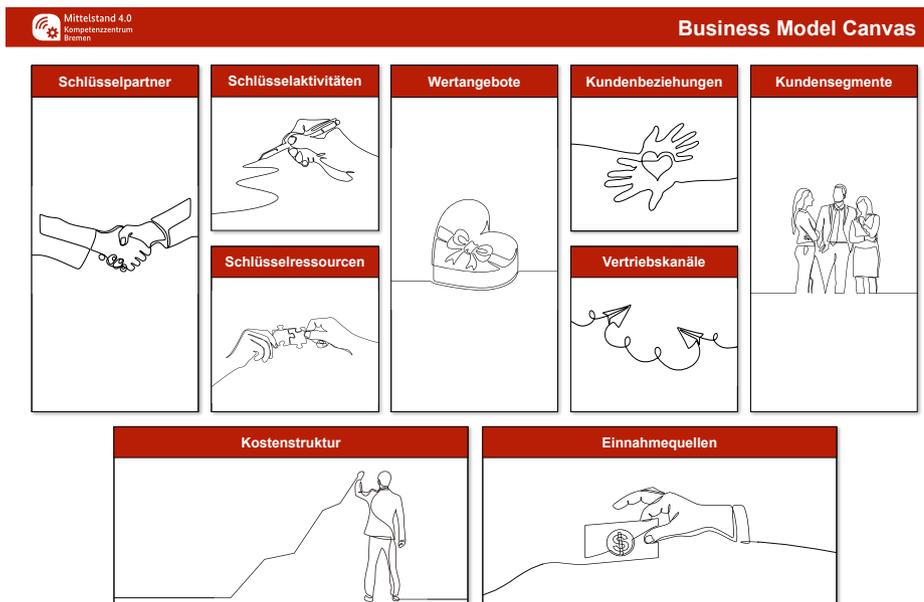
Und wie lassen sich daraus tatsächlich nutzenzentrierte Ideen ableiten? Wenn der Erfahrungshorizont von Nutzerinnen und Nutzern nicht im Mittelpunkt des Entwicklungsprozesses steht, kann das im schlimmsten Fall dazu führen, dass eine eigentlich gute Idee ihre Wirkung gänzlich verfehlt. Verschiedene Geschäftsentwicklungsmethoden können dabei helfen, effektiv Ideen zu entwickeln und sie auf die potenzielle Kundschaft passgenau zuzuschneiden.



## Mit Design Thinking in die Zielgruppe hineinversetzen

Design Thinking (DT) ist eine Methode, mit der Unternehmen in kurzer Zeit systematisch neue, kundenzentrierte Ideen entwickeln können. Das Mittelstand-Digital Zentrum Berlin nutzt diesen Ansatz in verschiedenen interaktiven Workshops, um Produkte, Dienstleistungen und Geschäftsmodelle weiterzuentwickeln. Die zentralen Elemente für eine erfolgreiche Anwendung des DT-Ansatzes sind multidisziplinäre Teams, ein sechsstufiger Prozess sowie viel Raum für Kreativität, gefahrloses Austesten und konstruktives Feedback. Die ersten

drei Schritte der DT-Methode zielen darauf ab, durch Recherchen, Befragungen und die Entwicklung sogenannter Personas – also prototypischer Kunden – ein gemeinsames Verständnis für die Zielgruppe zu gewinnen. Im weiteren Verlauf werden Ideen zusammengetragen, prototypische Lösungen entwickelt und Feedback von der Zielgruppe eingeholt. Der Prozess kann nach Vollerfüllung an beliebiger Stelle neu gestartet werden, um die entwickelten Lösungen zu verbessern oder neue Ideen zu erarbeiten. Indem früh zu konstruktivem Feedback ermutigt wird, wirkt DT effizient Fehlentwicklungen entgegen.





Projektpartner des Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrums Bremen bei der Nutzung des Business Model Canvas

## Den Kundenweg mit der Customer Journey nachvollziehen

Auch das Mittelstand-Digital Zentrum Augsburg nutzt Entwicklungsmethoden, die Betriebe dabei unterstützen, die Perspektive ihrer Zielgruppe einzunehmen: Neben dem Einsatz von Personas spielt hier die sogenannte Customer Journey eine besondere Rolle. So können Unternehmen nachvollziehen, welche Reise die Kundin oder der Kunde durchläuft – vom ersten Kontakt mit dem Unternehmen über den Kaufprozess bis hin zu einem möglichen

Feedback. Es wird außerdem herausgearbeitet, welche Berührungspunkte die Kundschaft mit dem Unternehmen hat und wie sie auf das Unternehmen gestoßen ist, etwa über persönliche Empfehlungen, Werbung oder Social Media. Darauf aufbauend wird über einen sogenannten Business Model Canvas erschlossen, welche Produkte und Strategien die Customer Journey bereichern können. Dabei werden zunächst systematisch die Potenziale des Unternehmens und der Produkte skizziert. Im Anschluss werden daraus konkrete Ideen abgeleitet, wie sich das bestehende Geschäftsmodell weiterentwickeln lässt.

## Methode 6-3-5 für die zügige Entwicklung starker Ideen

Ein Business Model Canvas hat auch das Mittelstand Digital 4.0-Zentrum Bremen im Rahmen der Zusammenarbeit mit der Peper & Söhne Gruppe, einem Unternehmen aus der Immobilienbranche, eingesetzt. Das Ziel: verschiedene Ansätze für neue digitale Leistungsangebote zu entwickeln. Aufbauend auf den Ergebnissen hat das Zentrum zusam-

men mit dem Betrieb untersucht, wie Sensoren in der Immobilienentwicklung für mehr Nachhaltigkeit eingesetzt werden können. Hier wurde die Brainwriting-Technik „Methode 6-3-5“ angewandt. Dabei produzieren optimalerweise sechs Teilnehmende eines Teams jeweils drei Ideen und reichen sie fünf Mal untereinander weiter, um die Ansätze weiterzuentwickeln. Studierende der Universität Bremen untersuchten die Ergebnisse dieses Workshops schließlich im Rahmen von Abschlussarbei-



ten auf ihr Potenzial. Die erarbeiteten Inhalte und eine prototypische Lösung lieferten wertvolle Impulse zur Weiterentwicklung des Geschäftsmodells von Peper & Söhne und legen den Grundstein für mehr CO<sub>2</sub>-Einsparungen im geschäftlichen Alltag des Unternehmens. Das Praxisbeispiel belegt anschaulich, wie systematische Methoden zur

Geschäftsmodellentwicklung effizient zu passgenauen Digitalisierungsmaßnahmen führen.

Link zu weiteren Projekt-Informationen:  
[www.kompetenzzentrum-bremen.digital/logistikfabrik-der-zukunft/](http://www.kompetenzzentrum-bremen.digital/logistikfabrik-der-zukunft/)

### Kontaktinformationen zum Zentrum

#### Augsburg



Mittelstand-Digital  
Zentrum  
Augsburg



#### Berlin



Mittelstand-Digital  
Zentrum  
Berlin



#### Bremen



Mittelstand 4.0  
Kompetenzzentrum  
Bremen



# Spielerisch zum neuen Geschäftsmodell

*Kleine und mittlere Unternehmen können von der Transformation eines klassischen produktorientierten Geschäftsmodells hin zu einem Geschäftsmodell, basierend auf Produkt-Service-Systemen (kurz PSS), nachhaltig profitieren. Wie dieser Prozess gelingt und welche Herausforderungen und Potenziale damit einhergehen, erleben Betriebe spielerisch mit dem PSS-Planspiel, einem Angebot des Mittelstand-Digital Zentrums Hannover.*

Der Mittelstand steht zunehmend unter Wettbewerbsdruck und muss sich auf internationalen wie dynamisch wandelnden Märkten gegen zahlreiche Konkurrenten behaupten. Traditionelle Geschäftsstrategien sind diesen Anforderungen oft nicht gewachsen. Deswegen müssen sich kleine und mittlere Unternehmen mit der Frage befassen, wie sie ihre Geschäftsmodelle innovativ weiterentwickeln können. Zwar gibt es zahlreiche Methoden, die Unternehmerinnen und Unternehmer dabei unterstützen, ihre individuellen Schlüsselfaktoren bei der Geschäftsmodellentwicklung zu identifizieren, wie z. B. das klassische Business Model Canvas. Doch die Umsetzung theoretischer Überlegungen in die Praxis stellt für Betriebe oft eine große Herausforderung dar. Vielen fehlt es an einer risikofreien Testumgebung, in der sie neue und innovative

Geschäftsstrategien ausprobieren können, ohne sich gleich festlegen und Investitionen in Transformationsprozesse tätigen zu müssen, die letztendlich vielleicht gar nicht zu ihnen passen.

Genau diese Lücke schließt das Mittelstand-Digital Zentrum Hannover mit dem Planspiel „PSS-Plan“. Damit bietet es eine Testumgebung an, in der Teilnehmende Erfahrungen mit Produkt-Service-Systemen spielerisch sammeln und neue Geschäftsfelder für sich entdecken können. Das praxisnahe Planspiel wurde gemeinsam mit dem Institut für Werkzeugmaschinen und Fertigungstechnik der Technischen Universität Braunschweig und der BeSu.Solutions GmbH speziell für kleine und mittelständische Unternehmen entwickelt.

## Mehr Nachhaltigkeit, Flexibilität und Umsatz dank Produkt-Service-Systemen

„PSS-Plan“ beschäftigt sich mit der Entwicklung von Produkt-Service-Systemen und Nachhaltigkeitsstrategien, die nicht das Produkt, sondern den Kundennutzen in den Mittelpunkt stellen. Im Folgenden ist das PSS beispielhaft für die Fertigungsindustrie skizziert.

Wer viel Geld in eine neue Fertigungsmaschine investiert, ist häufig nicht an der Maschine selbst, sondern dem Erzeugnis interessiert, das sie produziert. Die Maschine ist Mittel zum Zweck. Ergebnisorientierte PSS setzen genau hier an, indem die Kundin oder der Kunde mit dem Maschinenhersteller Qualität, Lieferdatum und -menge der produzierten Güter vertraglich festhält. Der Kunde lagert Risikofaktoren aus, kann die Kosten planbar machen und Kapitalausgaben in Betriebsausgaben umwandeln. Der Maschinenhersteller hat den Vorteil einer starken Kundenbindung, seine Einnahmen sind planbar, und er kann zum Beispiel durch eine eingebaute Sensorik das Produkt stetig verbessern.

Auch sogenannte Pay-per-Use-Modelle, die unter die Kategorie nutzungsorientierte PSS fallen, fragen Kunden immer häufiger nach. Sie können für Unternehmen ein sinnvolles neues Geschäftsfeld darstellen. Dabei überlässt der Hersteller seinem



Erprobung des PSS-Planspiels

Kunden z.B. eine Maschine – ähnlich wie in einem Leasing-Modell. Die Maschine bleibt weiterhin im Besitz des Herstellers, der sie auch wartet. Anders als beim Leasing zahlt der Kunde allerdings keine festen Leasingraten, sondern nur die tatsächliche Nutzung der Anlage. Die Abrechnung erfolgt über das Aufzeichnen der Nutzungszeit. Das kann über den Einsatz von Sensoren, IoT-Technologie und weiteren digitalen Anwendungen erfolgen. Für den Kunden erhöht sich ähnlich wie beim ergebnisorientierten PSS die Flexibilität, weil er nur für die

Benutzung der Maschine zahlen muss und der Hersteller für die Funktionalität der Maschine garantiert.

„PSS-Plan“ ermöglicht es, die Transformation vom reinen Produkt- hin zum Lösungsanbieter spielerisch zu erfahren. Die Teilnehmenden bekommen eine Vorstellung, was ein Angebot kompletter Lösungssysteme, das viele Kundinnen und Kunden mittlerweile fordern, für den Geschäftsbetrieb bedeutet. Im Rahmen des Planspiels kann ausgetestet werden, ob sich solche PSS-Modelle für ein Unternehmen tatsächlich lohnen. Hierzu agieren Teilnehmende spielerisch in verschiedenen Unternehmensbereichen und erhalten einen praktischen

Einblick, wie der Entwicklungsprozess hin zu einem nachhaltigen PSS-Modell aussehen kann. Es lassen sich unterschiedliche Geschäftsszenarien simulieren, neue Ideen in einem geschützten Raum ausprobieren. Die Teilnehmenden lernen dadurch verschiedene PSS-Modelle und deren Potenziale kennen. Sie erhalten das handfeste Know-how, wie sie bestimmte Modelle in ihrem Unternehmen etablieren können und zu welchen Konflikten es bei der Transformation kommen kann. Die praktische Umsetzung von Ideen kann so in einem sicheren Raum erprobt werden, bevor es an die tatsächliche Umsetzung geht – gerne mit tatkräftiger Unterstützung der Experten und Expertinnen vom Mittelstand-Digital Zentrum Hannover.

## Kontaktinformationen zum Zentrum

### Hannover



# Wie virtuelle Rundgänge das Unternehmen ins Wohnzimmer der Kundschaft bringen

*Immer mehr Unternehmen entdecken die Potenziale von Rundgängen über 360°-Bilder, 3D-Scans oder Virtual Reality für sich. Das Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Cottbus unterstützt kleine und mittlere Unternehmen bei der Erstellung ihrer ganz eigenen digitalen Rundreise durch ihre Geschäftsräume.*

Virtuelle Rundgänge sind für viele Menschen nichts Neues mehr. Schon seit längerem kommen sie etwa in der Immobilienbranche zum Einsatz, um Interessenten einen digitalen Einblick in Häuser, Wohnungen und andere Objekte zu verschaffen. Die Vorteile liegen auf der Hand: Unabhängig von Ort und Zeit lassen sich Räume von vielen Menschen ausführlich besichtigen und begutachten. Alle Beteiligten sparen so Zeit und Ressourcen. Immer öfter kommen virtuelle Rundgänge aber auch in anderen Bereichen zum Einsatz: Unternehmen nutzen 360°, 3D- oder sogar Virtual-Reality-Technologien, um sich Kunden, Partnern, potenziellen Bewerbern oder der interessierten Öffentlichkeit digital zu präsentieren. Gerade mittelständischen Unternehmen eröffnet die überzeugende Darstellung über einen virtuellen Rundgang das Potenzial,

sich von Konkurrenz und Mitbewerbern abzuheben und sich dadurch einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil zu verschaffen.

Im Handel etwa können virtuelle Rundgänge eine Brücke zwischen lokalen Ladengeschäften und der digitalen Welt schlagen und dabei ein einzigartiges Einkaufserlebnis schaffen, das über den klassischen Onlineshop hinausgeht. Beim sogenannten „Virtual Shopping“ kann die Kundschaft digital durch die Verkaufsräume schlendern, im Sortiment stöbern, sich detailliert über Produkte informieren und sie in den Warenkorb legen. Das komplette Einkaufserlebnis ohne langes Anstehen an der Kasse, bequem vom heimischen Wohnzimmer aus durchlaufen zu können, ist gerade in Pandemie-Zeiten ein überzeugendes Angebot.



Virtueller Rundgang der Modellfabrik Cottbus

Vor allem für Unternehmen, bei denen die Beschaffenheit und Maße ihrer Produkte wichtig sind – z.B. Möbelhäuser oder Baumärkte –, lohnt sich ein solches virtuelles Shopping-Erlebnis. Kundinnen und Kunden können über die 360°-Technologie einen deutlich komplexeren Eindruck der Produkte gewinnen als über die Bebilderung in einem klassischen Online-Shop.

### Unternehmen greifbar machen und Werte spielerisch vermitteln

Doch auch für Unternehmen, bei denen die Kundenschaft nicht zwangsläufig die Geschäftsräume betreten muss, kann sich ein virtueller Rundgang auszahlen, etwa zur klassischen Unternehmensdar-

stellung. Ein virtueller Rundgang unterstützt die Außendarstellung, indem zum Beispiel Fabrikumgebungen virtuell begehbar gemacht werden und Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter virtuell über Produkte, Dienstleistungen und das Unternehmen aufklären. Dabei kann der Rundgang mit zusätzlichen Interaktionselementen befüllt werden, um das immersive Erlebnis zu verstärken und die Unternehmenswerte mittels spielerischer Elemente wie zum Beispiel Quizfragen zu vermitteln. Auch potenziellen neuen Arbeitnehmern und Arbeitnehmerinnen hilft ein solcher Rundgang, sich über das Unternehmen zu informieren und einen Eindruck von der Arbeitsumgebung zu erhalten.

Wer sich an die Erstellung eines virtuellen Rundgangs für das eigene Unternehmen macht, muss

sich mit einigen Fragen auseinandersetzen: Zuerst, ob es für den gewünschten Zweck ausreicht, eine 360°-Foto-Präsentation anzufertigen, oder ob ein Video-Rundgang per 3D-Scan das Unternehmen in noch besserem Licht erscheinen lässt. In einigen Fällen kann sich sogar eine besonders aufwändige Darstellung über Virtual Reality lohnen. Natürlich sind die verschiedenen Technologien mit unterschiedlichen Kosten und Aufwänden verbunden. Das Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Cottbus unterstützt kleine und mittlere Unternehmen dabei, eine ideale Lösung zu finden, und zeigt die Möglichkeiten der Technologie in einem virtuellen Rundgang der Modellfabrik Cottbus auf der Onlinepräsenz des Zentrums. Informationen über Angebote und Demonstratoren werden durch zusätzliche Texte und Videos vermittelt. Interessierte Kundinnen und Kunden können sich auch die



Virtueller Rundgang der Modellfabrik Cottbus

Erfolgsgeschichten von Dienstleistern anschauen, die entsprechende Rundgänge mit 360°-Bildern, 3D-Scans oder Virtual Reality erstellen, und sich von der Technologie überzeugen.

## Kontaktinformationen zum Zentrum

**Cottbus**







bmwk.de

