



Eines der Teams mit Bäckermeister Björn Wiese (Mitte), das jetzt auch digital mit der Kundschaft kommuniziert und direkten E-Commerce (kleines Foto) betreibt.

Austauschschub plus Marktausbau

Digitales greift kraftvoll im Kleinen und Konkreten – wie bei der Privatbäckerei Wiese, die damit ihre Kommunikation verbessert und ihre Geschäftsmodell-Transformation vorangetrieben hat.

Die Digitalisierung schreitet auch im Handwerk voran. Ein Mangel an Transformation kann etwa das Ladengeschäft ins Wanken bringen. Es lohnt sich also, rechtzeitig darüber nachzudenken, wie traditionelles Geschäft mit der Digitalisierung zu verbinden ist. Dies ist bei der Privatbäckerei Wiese in Eberswalde zum Vorteil geschehen.

Startpunkt war – in Unternehmen oft ein vernachlässigter Kanal – die interne Kommunikation. Der Austausch war eine Schwachstelle, identifizierte ein Workshop im Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Cottbus. Mit „Lego Serious Play“ bauten Mitarbeitende und Führungskräfte aller Wiese-Abteilungen ein Modell der Bäckerei nach und machten damit auch die Kommunikationswege sichtbar. Den Prozess mit Medienbrüchen in der abteilungsübergreifenden Kommunikation ermittelte der Workshop als Hauptproblem. Die Brot-Bestellung von Kunden wurde handschriftlich im „Bestellbuch“ festgehalten, per Fax an die Produktion weitergeleitet und am Telefon besprochen.

Mitarbeitende des Kompetenzzentrums zeigten im Nachgang Verbesserungsmöglichkeiten auf. Björn Wiese gab dann als Inhaber den Startschuss, um für seinen Bäckereibetrieb die interne Digitalisierungsstrategie umzusetzen, und betont: „Kommunikation ist in Organisationen oft ein

Problem. Individuelle, auf das Unternehmen angepasste, digitale Strukturen sind hier die Lösung.“

Zu Beginn wurden Prozesse der internen Kommunikation weiterentwickelt. Dafür wurde eine Kollaborationsplattform eingerichtet, die das zeit- und ortsunabhängige Arbeiten ermöglicht. Absprachen untereinander, abteilungsübergreifende Planungen und der Austausch mit externen Dienstleistern funktionieren nun über das zentrale Dashboard. Eine digitale Version des einst handschriftlichen Bestellbuchs und eine individuelle Bestell-App helfen, um die Reibungsverluste im Bestellvorgang aufzulösen.

Auch das Arbeitsklima hat sich seit Einführung verbessert, denn Probleme werden sofort angesprochen und gelöst. Fehler-Ursachen, Abläufe und Gegenmaßnahmen werden gemeinsam analysiert, Störfaktoren frühzeitig erkannt und rechtzeitig behoben. Die Transparenz in der Unternehmenskommunikation schafft mehr Vertrauen und Nähe. Das konstante Einbeziehen aller Mitarbeitenden während der Einführung dieser digitalen Lösungen sorgte dafür, dass die neuen Systeme nahezu reibungslos angenommen wurden.

Dank der digitalen Vernetzung entfallen zeitaufwendige Schritte wie das Übermitteln der Bestellungen an die Verwaltung und die Produktion. Die Zahl verärgerter Kundinnen

und Kunden aufgrund fehlender oder fehlerhafter Bestellungen wurde minimiert und die Kundenzufriedenheit spürbar verbessert. Die notwendigen Endgeräte, die zur optimalen Nutzung angeschafft wurden, bilden zugleich die Basis für weitere Digitalisierungsprojekte. Die digitale Kommunikation verbessert Austausch und Zusammenarbeit auch für Krisenzeiten – dank Online-Meetings und digitaler Projektplanung.

Der Kontakt zu Kunden entscheidend in der Krise

Angesichts der Corona-Pandemie wollte die Privatbäckerei Wiese auch gestärkt aus der Krise hervorgehen. Umsatzeinbußen mit einem Onlineshop abzufedern klang anfangs verlockend. Doch schnell wurde klar, dass der reine Waren-Abverkauf als Ziel nicht ausreicht, sondern vielmehr eine Kombination aus Informationsaustausch und Angebot gefragt war. Der Kontakt zu Kunden während eines Verkaufsvorgangs war speziell in der Corona-Krise entscheidend. Das Team im Verkauf kennt nicht nur die Inhaltsstoffe von Produkten, sondern weist gezielt auf Besonderheiten oder Angebote hin. Dies sollte beim Aufbau des Onlineshops bedacht werden. Der Kontakt zur Kundschaft, diverse Möglichkeiten des Feedbacks und der Austausch von Informationen sind im

persönlichen Geschäft online wie offline wichtig. Auf der Wiese-Website erhalten Kundinnen und Kunden daher die Möglichkeit, direkt zu chatten, Anfragen einzureichen oder sich im Blog zu informieren. Dabei wurde beispielsweise auf den regionalen Lastenrad-Liefer-Service hingewiesen – bei Online-Bestellungen ist zwischen Abholung und Lieferung zu wählen.

Zusätzlich versendet Wiese deutschlandweit Pakete. Eine derart weitreichende Präsenz und Kundenkommunikation wäre ohne Website mit Chat-Funktion kaum realisierbar. Das Management aller Kundengespräche über die Website wäre wiederum ohne vorherige Digitalisierung nicht möglich gewesen. Für Erfolge im E-Commerce bedurfte es funktionierender Digitalisierungsprozesse im Unternehmen. Bei der Privatbäckerei Wiese nahm dieser Prozess mit der Digitalisierung der internen Kommunikation seinen Anfang.



Grit Rehe (Foto links) ist Leiterin des Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrums Cottbus, Jenny Bechly-Günzel (Foto rechts) hat die Privatbäckerei Wiese in der digitalen Kommunikation und im E-Commerce begleitet.

