

STARTSEITE

/ „JENA IST SO ETWAS WIE DAS DEUTSCHE SILICON VALLEY FÜR UNTERNEHMENSDIGITALISIERUNG“

„Jena ist so etwas wie das deutsche Silicon Valley für Unternehmensdigitalisierung“

3. JUNI 2017



Für das Geschäftsfeld des Unternehmens [dotSource](#) aus Jena spielt Digitalisierung eine entscheidende Rolle. Zum Dienstleistungsspektrum der Digitalagentur gehören E-Commerce-Lösungen, Onlinemarketing und Customer Relationship Management (CRM). Der Thüringer High-Tech-Standort Jena, wo die Digitalisierung im Unternehmensbereich sicherlich weiter fortgeschritten ist als in anderen Regionen, ist für dotSource ein wichtiger Erfolgsfaktor. Darüber und über die prinzipiellen Vorteile der digitalen Transformation sprachen wir mit Christian Grötsch, Geschäftsführer der dotSource GmbH.

Breitbandbüro des Bundes: Was macht dotSource und wofür steht eigentlich der Name?

Christian Grötsch: Wir bei dotSource betrachten es als unsere Aufgabe, Unternehmen bei der digitalen Transformation und der Inszenierung ihrer Marken im Internet zu unterstützen. Von nutzerfreundlichen E-Commerce-Plattformen, über durchdachtes Kundenbeziehungs- und Produktdatenmanagement, bis hin zu gezielten Onlinemarketingmaßnahmen bieten wir unseren Kunden ein umfassendes Leistungsspektrum über alle Aspekte der Digitalisierung von Marketing, Vertrieb und Services. Dank unserer umfangreichen Erfahrungen kennen wir die Herausforderungen für Unternehmen im digitalen Zeitalter sehr gut. dotSource versteht sich als Quelle für strategisches, technologisches und prozessuales Know-how, aus der Unternehmen schöpfen können, um sich optimal im Netz zu präsentieren.

BBB: Digitalisierung ist für Ihre Agentur ein großes Thema. Wie digital ist Ihr Unternehmen selbst aufgestellt? Nutzen Sie eigentlich noch Papier?

CG: Als Digitalagentur nutzen wir vorwiegend digitale Arbeitsmittel. Papier findet man bei uns noch dort, wo es juristisch unumgänglich ist. Ansonsten unterstützen uns E-Collaboration-Tools dabei, der Vision des papierlosen Büros näherzukommen. Nicht nur in der Zusammenarbeit unserer Kunden mit unseren Teams in Jena und Berlin, sondern auch für unsere Mitarbeiter selbst sind diese Tools enorm wichtig, da sie eine sehr schnelle Reaktionszeit erlauben. Kommunikation und Datenaustausch können so in Echtzeit stattfinden, was Kunden und Teams eine hochwertige Zusammenarbeit trotz der räumlichen Trennung bietet. Nicht zuletzt wollen wir natürlich auch für unsere Kunden ein Vorbild in Sachen digitale Transformation sein.

BBB: Auf Ihrer Website kann man sehen, dass Sie mit renommierten Kunden aus ganz Deutschland zusammenarbeiten. Spielt der Unternehmensstandort Jena für Sie angesichts der Digitalisierung überhaupt noch eine Rolle?

CG: Auch wenn angesichts der genannten E-Collaboration-Tools räumliche Distanzen in der Zusammenarbeit immer besser überwunden werden können, ist die Relevanz des Standortes natürlich nicht zu verleugnen. Prinzipiell halte ich es für richtig und wichtig zu wissen, wo man her kommt. In Hamburg und München ist man stolz auf Reeperbahn und Glockenbachviertel, dafür grillt man bei dotSource auf der Dachterrasse mit Blick auf die Berge die besten Bratwürste der Republik. Jena liegt nicht nur im Zentrum Deutschlands – wodurch es nirgendwohin wirklich weit ist –, sondern bietet uns als eine der wachstumsstärksten Städte Deutschlands auch viele weitere Vorteile: Der High-Tech-Standort hat sich inzwischen zu so etwas wie dem deutschen Silicon Valley für Unternehmensdigitalisierung entwickelt. Der innovative Geist ist hier ähnlich spürbar wie im amerikanischen Original. Zudem verfügt Jena über großartige Hochschulen.

BBB: Welche Herausforderungen sehen Sie angesichts der fortschreitenden digitalen Transformation auf dotSource zukommen? Was sind für Sie hier konkret die nächsten Schritte?

CG: Als eine der größten Herausforderungen der nahen Zukunft sehe ich die immer komplexer werdenden Kundenbedürfnisse. Die Endkunden, sowohl im B2B also auch im B2C, erwarten heutzutage, dass Anbieter rund um die Uhr auf allen Kanälen erreichbar sind und möglichst automatisierte, personalisierte Angebote bereitstellen. Jeder Kunde, ob on- oder offline, fühlt sich geschätzt, wenn er wiedererkannt wird, eine ausführliche persönliche Beratung genießt und der Verkäufer bestenfalls schon weiß, wo die individuellen Vorlieben seines Gegenübers liegen. Der Kunde kommt nach einem solch positiven Erlebnis gern wieder und macht uns zum Händler seines Vertrauens. Verglichen mit dem Einzelhandel ist im Onlinehandel dabei etwas mehr Kreativität und das entsprechende technologische Know-how gefragt, doch mit dem richtigen Einsatz passender Systeme für Customer Relationship Management oder Produktinformationsmanagement kann auch hier eine sehr gezielte Kundenansprache bei gleichzeitig hohem Automatisierungsgrad erfolgen. Zusätzlich ergeben sich durch neue Technologien wie das Internet of Things, Virtual Reality oder Chatbots weitere Möglichkeiten, Produkte in der digitalen Welt zu vermarkten und Serviceangebote bereitzustellen. Doch noch sind leider einige Händler skeptisch gegenüber diesen neuen Technologien oder es fehlt Ihnen schlicht an Vorstellungskraft, wie sie diese sinnvoll in ihr Business integrieren können. Unsere Aufgabe ist es daher, Unternehmen die bestehenden Potenziale aufzuzeigen und sie mit umfangreichen Informationen zu versorgen. Auf der jährlich stattfindenden Handelskraft Konferenz sowie im Rahmen der [dotSource Handelskraft Digital-Frühstücksreihe](#) bieten wir beispielsweise Händlern und Herstellern eine Plattform, auf der sie sich zu den neuesten Digitaltrends informieren und mit Branchenkollegen austauschen können. Um anderen Unternehmen eine Inspiration zu schaffen, zeigen wir anhand von Best Practices gern, wie die konkrete Umsetzung der Digitalstrategie im speziellen Kontext aussehen kann.

Aber auch Mitarbeiter und Führungskräfte in den Firmen müssen sich im Zuge der zunehmenden Digitalisierung mit den neu entstehenden Arbeitsfeldern und -praktiken auseinandersetzen. Oftmals mangelt es an personellen Ressourcen mit entsprechenden Kompetenzen, um die Herausforderungen der digitalen Transformation erfolgreich bewältigen zu können. Dabei gilt es nicht nur, die Chancen, Herausforderungen und Umsetzungsmöglichkeiten des Digital Business zu kennen, sondern auch selbst zum digitalen Vordenker für innovative Prozesse und Strukturen zu werden, um auf lange Sicht zukunftsfähig zu bleiben. Zu diesem Zweck haben wir 2015 in Kooperation mit der Steinbeis Technology Group die [dotSource Digital Business School](#) ins Leben gerufen. Im Rahmen des Weiterbildungsangebots im Bereich E-Commerce und digitale Transformation werden Fach- und Führungskräfte umfassend auf diese neuen Aufgaben vorbereitet.

BBB: Bitte vervollständigen Sie den Satz: „Digitalisierung ist für mich ...“.

CG: ... revolutionäre Veränderung und ein absoluter Wirtschaftstreiber. Digitale Marketing-, Vertriebs- und Servicestrategien bieten eine wesentlich größere Reichweite, ermöglichen eine zielgerichtete, individuell relevante Kundenansprache sowie verbesserte Serviceleistungen und vollkommen neue Geschäftsmodelle. Außerdem verändern digitale und digital unterstützte Systeme wie wir arbeiten, zusammenleben und mit unserem Planeten umgehen.

BBB: Herr Grötsch, wir danken Ihnen vielmals für das Gespräch.

Foto: Christian Grötsch, Geschäftsführer der [dotSource GmbH](#).
Fotocredit: dotSource

Weitere Impressionen unserer Informationskampagne finden Sie in unserer Mediathek.

Aktuell

Breitbandausbau und Digitalisierung in Sachsen – Ein Interview mit StS Stefan Brangs

6. Juni 2017

„Jena ist so etwas wie das deutsche Silicon Valley für Unternehmensdigitalisierung“

3. Juni 2017

Digitalisierung schafft Raum für Flexibilität und Rentabilität

2. Juni 2017

Bundesverkehrsminister Alexander Dobrindt auf Weltverkehrsforum (International Transport Forum, ITF) in Leipzig: „Wir bringen die Gigabit-Netze in die Regionen und das automatisierte Fahren auf die Straße.“

1. Juni 2017

[ALLE AKTUELLEN ARTIKEL](#)