

Von Tradition zur Transformation: Der Mittelstand auf seinem digitalen Weg

Nürnberg, 18. Oktober 2023: Für viele kleine und mittlere Unternehmen ist Digitalisierung noch immer Neuland. Um allerdings mit großen Konzernen mithalten zu können, kommt auch der Mittelstand um den Wechsel auf Online-Lösungen nicht herum. Doch stellt sich dies für viele KMU als regelrechte Bärenaufgabe heraus, bei der besonders der Anfang eine gewaltige Hürde darstellt. Der Baustoff-Fachhandel RHG Bauzentrum ist ein Paradebeispiel dafür, dass die Digitalisierung von KMUs keine unerreichbare Utopie ist, sondern wunderbar funktionieren kann. Benjamin Popp, Marketingleiter RHG Schöneck e.G., gewährt Einblick hinter die Kulissen und erzählt, wie er die Anpassung an die digitale Welt mit Hilfe von [SELLWERK](#) erlebt hat.



Gelungene Digitalisierung ist auch im Handwerk ein wichtiger Wettbewerbsvorteil. | Quelle: [SELLWERK](#)

Seit zwölf Jahren ist Popp beim RHG Bauzentrum tätig. In dieser Zeit durchlief er in dem mittelständischen Betrieb einige Stationen: vom Azubi, über den Vertrieb bis hin zur Leitung des Marketings der gesamten Unternehmensgruppe. Er kennt das Unternehmen in- und auswendig. Der Betrieb ist auf den regionalen Bauhandel sowie die Versorgung von Gewerbekunden spezialisiert. Über all die Jahre, in welchen Popp beim RHG Bauzentrum mitgewirkt hat, ist nicht nur der Kundenstamm gewachsen, sondern auch die Filialen. Heute umfasst das Unternehmen bereits 17 Zweigstellen, inklusive den Hauptsitz in Schöneck. Wenn der Marketingleiter auf all die Jahre der engen Zusammenarbeit mit SELLWERK zurückschaut, kann er die Wachstumsraten des Baustoff-Fachhandels direkt auf diese zurückführen. Doch wie kam es eigentlich zu der Kooperation? Woher wusste Popp, dass die digitale Vereinheitlichung des Unternehmens der richtige Schritt ist und inwieweit kann die Digitalisierung auch anderen KMUs weiterhelfen?

Von Gelbe Seiten in die Welt des Internets

Vor 8 Jahren fanden die beiden Unternehmen über die Zusammenarbeit mit dem Branchenverzeichnis „Gelbe Seiten“ zusammen. Seither hat sich besonders in digitaler Hinsicht viel verändert. Umso essenzieller ist es, dass sich KMUs mit diesen Veränderungen mitbewegen. Durch das Wachstum der Firma verspürte auch Popp den Drang, etwas reformieren zu müssen. SELLWERK half in diesem Moment, veraltete Prozesse innerhalb des Betriebs zu erneuern und in die – bis dato – unbekannte Online-Welt zu übertragen.

Der Schlüssel zur Simplizität

Während der rasanten Expansion des Baustoffhändlers wurde Benjamin Popp bewusst, dass ein Bedarf an Know-how bestand, welches intern auf die Schnelle nicht zu finden war. Dieses fand er mit dem Mittelstandsnetzwerk, welches auf Fälle wie den vom RHG Bauzentrum spezialisiert ist und rasch unter die Arme greifen konnte. Seither genießt das Unternehmen trotz der 17 Filialen einen einheitlichen Online-Auftritt, der zudem eine schnelle Kommunikation nach außen ermöglicht. Popp sagt, dass es für ihn eine riesige Bereicherung war, einen Ansprechpartner zu haben, der sich mit KMUs und den betrieblichen Herausforderungen auskennt.

Die Power der Digitalisierung: Gemeinsam stärker, besser vernetzt!

Seitdem das RHG Bauzentrum die Hilfe zur Digitalisierung des eigenen Kundenservices in Anspruch nimmt, hat sich die Interaktion mit dessen Kundschaft um einiges erhöht. Und somit habe sich auch die Wahrnehmung der Firma seitens der Kund:innen verbessert. Popp freut sich über die positiven Entwicklungen des Unternehmens und führt dessen Wachstumsraten zu 100 Prozent auf die einheitliche Auffindbarkeit zurück. Dabei verwendet das RHG Bauzentrum die sogenannte Meinungsmeister-App für drei ihrer großen Filialen. Mit Hilfe dieser kann die Firma schnell und bequem durch einen QR Code Klient:innen registrieren und besser auf Kritik derer reagieren. Außerdem sind durch die allgemeine digitale Anpassung des Betriebs die Firmenverzeichnisse vereinheitlicht worden und auch der Online-Terminkalender gestaltet die Kommunikation effizienter sowie pflegeleichter. Der Wandel hat zudem die Effizienz erhöht, da zum Beispiel Produkt-Neuheiten oder Sonderangebote rasch nach außen kommuniziert und mehr Menschen erreicht werden können. Allerdings merkt Popp an, dass eine digitale Einrichtung nicht von heute auf morgen passiert. Doch sowohl der Aufwand der Umschulungen als auch die finanzielle Investition zahlen sich seiner Meinung nach allemal aus.

Darum lohnt sich eine digitale Umstellung für KMUs

Popp empfiehlt auch anderen KMUs, sich Unterstützung bei der Digitalisierung durch SELLWERK zu holen. Natürlich müssen für eine jeweilige Umstellung die Kapazitäten und ein entsprechendes Budget vorliegen, welche seiner Meinung nach aber überschaubar seien. Allerdings beschränkt sich seine Zeit zur Anpassung und Aktualisierung der Website durch die Hilfe der Experten lediglich auf einen Termin im Monat. Dadurch spart er viel Zeit im administrativen Bereich ein, welche er für andere Aufgaben nutzen kann. Mit Blick auf die nächsten zwei bis drei Jahre fragt sich Benjamin Popp, ob die Mehrzahl der KMUs die Budgetkapazitäten und Investitionsbereitschaft haben und den Schritt der Digitalisierung wagen werden. Er möchte aber zum Absprung vom 10-Meter Brett mit SELLWERK ermutigen, denn: zu zweit springt es sich leichter.

Über SELLWERK:

SELLWERK bietet als Netzwerk des deutschen Mittelstands einfache, zukunftssichere und bezahlbare digitale Lösungen und sorgt dafür, dass kleine und mittlere Unternehmen zukunftsorientiert aufgestellt und bundesweit vernetzt sind. Mit SELLWERK werden Unternehmen optimal im Netz positioniert und so von ihren (potenziellen) Kunden schnell und einfach gefunden und als relevant erkannt. Je nach

digitalem Kenntnisstand/Ambition kann das Unternehmen die digitale Lösung in Eigenregie, mit Unterstützung oder als Rundum-Sorglos-Servicepaket umsetzen. Dabei verfolgt SELLWERK die Mission, dass die Digitalisierung nicht nur für die großen Player, sondern auch für den Mittelstand zum Gewinn wird und somit wieder Chancengleichheit im Markt herrscht. Dies ist besonders wichtig, da der Mittelstand als Motor der Wirtschaft die meisten Arbeits- und Ausbildungsplätze zur Verfügung stellt und mit seinen Investitionen vor Ort ein wesentlicher Garant für den Wohlstand der jeweiligen Regionen ist.

Pressekontakt Agentur

Christina Schoof | Mashup Communications | +49.30. 832.119.74 |
sellwerk@mashup-communications.de

Kontakte SELLWERK

Frank Schieback

CMO – Marketing/Produkt
frank.schieback@sellwerk.de

Angela Steinhart

Leiterin Markenkommunikation
angela.steinhart@sellwerk.de