



SMARTER

SMEs

Strategic Mindsets and Redesigned
Technological Environments Regenerate

TUTORING- UND SCHULUNGSKIT

TUTOR:INNEN-HANDBUCH

TUTORING- UND SCHULUNGSKIT

TUTOR:INNEN-HANDBUCH



Project number 2023-1-IT01-KA220-VET-000156018
with support from the European Commission.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Project Partners



Abruzzo



LEITFADEN ZUR UMSETZUNG DES TUTOREN- UND SCHULUNGSKITS

EINLEITUNG

Das Tutoring- und Schulungskit (T&T-Kit) wurde als praktischer Rahmen entwickelt, um die digitale Transformation von kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) und Organisationen (KMO) zu unterstützen. Dieses Handbuch dient als umfassender Leitfaden für Tutor:innen, die für die Umsetzung des T&T-Kits verantwortlich sind. Es bietet strukturierte Schritte, methodische Werkzeuge und bewährte Verfahren, um eine konsistente und wirkungsvolle Durchführung der Unterstützungsleistungen sicherzustellen.

Die digitale Transformation bedeutet nicht nur die Einführung neuer Technologien, sondern auch einen tiefgreifenden Wandel in der Art und Weise, wie Unternehmen und Organisationen Werte schaffen, mit Kund:innen interagieren und ihre internen Prozesse gestalten. Viele KMU und KMO stehen vor der Herausforderung, zu verstehen, wo sie anfangen sollen, wie sie Investitionen priorisieren und wie sie den technologischen Wandel mit ihrer Gesamtstrategie in Einklang bringen können. Das T&T-Kit reagiert auf diesen Bedarf mit einem strukturierten, menschenzentrierten Ansatz, der Bewusstsein, Analyse, Planung, Umsetzung und Bewertung in einem kontinuierlichen Verbesserungszyklus miteinander verbindet.

ZWECK DES HANDBUCHS

Der Zweck dieses Handbuchs ist es, Tutor:innen, Moderator:innen und Trainer:innen durch alle Phasen der T&T-Kit-Methodik zu führen. Es beschreibt Schritt für Schritt, wie man KMU und KMO anspricht, ihre digitale Reife bewertet, maßgeschneiderte Strategien definiert und die Umsetzung innovativer Lösungen unterstützt. Jede Phase des Prozesses umfasst detaillierte Aktivitäten, Empfehlungen und Beispiele, die Tutor:innen an den lokalen Kontext anpassen können.

Über die Bereitstellung von Anweisungen hinaus zielt das Handbuch darauf ab, eine Kultur der Zusammenarbeit und des Lernens zu fördern. Tutor:innen werden ermutigt, als Vermittlernde zwischen Technologieanbietenden, Unternehmer:innen und Institutionen zu agieren und so sicherzustellen, dass die Digitalisierung zu einem nachhaltigen und integrativen Prozess wird. Durch die Kombination von technischem Verständnis mit Empathie und Kommunikationsfähigkeiten können Tutor:innen Vertrauen aufbauen und langfristige Partnerschaften mit KMU und KMO eingehen.

AUFBAU DES HANDBUCHS



Das Handbuch ist in fünf Hauptphasen unterteilt, die dem natürlichen Verlauf der digitalen Transformation folgen

Phasen 1 - Sensibilisierung

Schaffung von Verständnis, Interesse und Motivation bei KMU und KMO für die Vorteile der Digitalisierung.

In dieser Phase liegt der Schwerpunkt darauf, ein Bewusstsein für die Bedeutung und den Zweck des Tutoring- bzw. Schulungsprozesses zu schaffen. Dazu gehört es, die Teilnehmende zu motivieren, Erwartungen zu klären und eine sichere und offene Umgebung zu schaffen. Das Ziel ist es, eine solide Grundlage für das Verständnis und das Engagement aller Beteiligten zu schaffen.

Phasen 2 - Bedarfsanalyse

Ermittlung der spezifischen Herausforderungen, Chancen und des digitalen Reifegrades jedes Unternehmens und jeder Organisation.

In dieser Phase werden die spezifischen Bedürfnisse des Mentees mithilfe von Instrumenten wie Interviews, Umfragen oder Beobachtungen ermittelt. Dabei werden Stärken, Schwächen, Ziele und potenzielle Hindernisse aufgedeckt. Diese Analyse stellt sicher, dass der Mentoring-Prozess auf die tatsächlichen und individuellen Bedürfnisse des Lernenden zugeschnitten ist.

Phasen 3 - Strategieentwicklung

Erkenntnisse in eine strukturierte Strategie für die digitale Transformation mit klaren Zielen und Maßnahmen umsetzen.

Auf der Grundlage der ermittelten Bedürfnisse werden klare Ziele festgelegt und ein strukturierter Aktionsplan entwickelt. Dazu gehören die Definition von Methoden, die Auswahl von Ressourcen, die Festlegung von Zeitplänen und die Zuweisung von Rollen. Eine klar definierte Strategie stellt sicher, dass der Betreuungsprozess zielgerichtet ist und mit den gewünschten Ergebnissen übereinstimmt.

Phasen 4 – Umsetzung

Unterstützung der Durchführung von Pilotprojekten, Überwachung des Fortschritts und Sicherstellung praktischer Ergebnisse.

Dies ist die Ausführungsphase des Tutoring-Prozesses. Tutor:innen und Mentees nehmen an geplanten Sitzungen, Aktivitäten und Feedback-Runden teil. Aktive Teilnahme, Überwachung und kontinuierliche Anpassungen sind entscheidend, um Fortschritte zu gewährleisten und die Relevanz während des gesamten Prozesses aufrechtzuerhalten.

Phasen 5 - Gewonnene Erkenntnisse

Konsolidierung der gewonnenen Erkenntnisse, Würdigung der Erfolge und Planung kontinuierlicher Verbesserungen.

Am Ende des Prozesses werden die Ergebnisse anhand der ursprünglichen Ziele bewertet. Wichtige Erkenntnisse, bewährte Verfahren und Verbesserungsmöglichkeiten werden dokumentiert. Diese Phase ist für die kontinuierliche Verbesserung und für die Gestaltung zukünftiger Betreuungspraktiken und -strategien von entscheidender Bedeutung.

Anhang

-EU-Fördermöglichkeiten



Phase 1

SENSIBILISIERUNG

Die Phase der Sensibilisierung konzentriert sich auf die Vorstellung der Dienstleistungen des Tutoring and Schulungskits für KMO und KMU. Diese Phase dient dazu, Verständnis, Vertrauen und Engagement für die Möglichkeiten der digitalen Transformation aufzubauen. Sie hilft Tutor:innen dabei, die effektivsten Wege zu finden, um lokale Unternehmen und Organisationen zu erreichen und ihnen die Vorteile der Digitalisierung zu vermitteln. Erfolgreiche Sensibilisierungsmaßnahmen schaffen die Grundlage für einen kooperativen Prozess und motivieren zur aktiven Teilnahme.



Aktivität 1.1 Strategische Erweiterung

Die Werbung für den Service muss auch in die Kommunikationsstrategie des Tutors oder der Tutorin integriert werden. Dazu gehört die Erstellung prägnanter, attraktiver Botschaften, die erklären, wie die Tutoring- und Schulungsleistung die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen und Organisationen unterstützt. Social-Media-Beiträge, Newsletter und Partnerschaften mit lokalen Institutionen sind wichtige Instrumente zur Verbreitung. Die Tube Story, die auf der Projektwebseite verfügbar ist, sollte in die Strategie der Tutor:innen aufgenommen werden, um das Bewusstsein und das Engagement von KMO und KMU in den frühen Phasen des Schulungsprozesses zu fördern. T&T. Link zur Tube Story : <https://www.smartermes.eu/de/videos/>

Aktivität 1.2 Auswahl der Kommunikationskanäle und Verbreitung

Die Auswahl der richtigen Kommunikationskanäle hängt vom Ökosystem der KMU/KMO ab. Online-Kanäle wie LinkedIn und E-Mail-Kampagnen sind ideal, um Fachleute zu erreichen, während lokale Medien oder Veranstaltungen möglicherweise besser für kleinere oder traditionelle Unternehmen geeignet sind. Das Ziel besteht darin, ein Gleichgewicht zwischen digitaler Sichtbarkeit und lokaler Präsenz herzustellen. Jeder Kanal sollte eine klare Botschaft und ein messbares Ziel haben. Bewährte Verfahren legen nahe, dass Botschaften konsistent sein und eine einfache, nicht-technische Sprache verwenden sollten. Fallstudien oder Erfahrungsberichte anderer KMU/KMO, die von der digitalen Transformation profitiert haben, können die Glaubwürdigkeit erhöhen. Regelmäßige Updates tragen dazu bei, das Interesse aufrechtzuerhalten und im Laufe der Zeit Vertrauen aufzubauen.

Aktivität 1.3 Organisation von Workshops (optional)

Workshops bieten Raum für direkte Interaktion und Vertrauensbildung. Sie ermöglichen es KMU und KMO, Erfahrungen auszutauschen und praktisches Wissen über digitale Möglichkeiten zu erwerben. Die Tutor:innen sollten interaktive Sitzungen gestalten, die kurze Präsentationen mit Gruppendiskussionen oder Live-Demonstrationen digitaler Tools kombinieren. Die Organisation von Workshops spielt eine entscheidende Rolle beim Aufbau und der Stärkung beruflicher Netzwerke. Workshops bringen Personen und Organisationen mit unterschiedlichen Fachkenntnissen, Erfahrungen und Perspektiven zusammen und schaffen so ein natürliches Umfeld für Zusammenarbeit und Austausch. Durch interaktive Sitzungen, Diskussionen und gemeinsame Problemlösungen haben die Teilnehmende die Möglichkeit, sowohl auf beruflicher als auch auf persönlicher Ebene Kontakte zu knüpfen und damit den Grundstein für dauerhafte Partnerschaften zu legen. Über die unmittelbaren Lernergebnisse hinaus fördern gut organisierte Workshops das Gemeinschaftsgefühl und das gemeinsame Zielbewusstsein. Die Teilnehmenden können so Synergien erkennen, zukünftige Kooperationen ausloten und sich auch lange nach Ende der Veranstaltung gegenseitig in ihrer Entwicklung unterstützen. Es ist ratsam, lokale Erfolgsgeschichten oder Branchenexpert:innen als Referierende einzuladen. Dies erhöht das Engagement und verleiht der Initiative Glaubwürdigkeit. Nach dem Workshop sollten Rückmeldungen gesammelt werden, um zukünftige Veranstaltungen zu verbessern und die Beziehungen zu den Teilnehmenden zu stärken. In dieser Phase wird die Verwendung von Materialien wie den Technologie- und Erfolgsgeschichtenblättern empfohlen, um das Bewusstsein für die Bedeutung der Umsetzung einer Strategie zur digitalen Transformation zu schärfen.

Phase 2

BEDARFSANALYSE

Die Phase der Bedarfsanalyse zielt darauf ab, die spezifischen Herausforderungen und Chancen zu identifizieren, denen jede Organisation auf ihrem Weg zur Digitalisierung gegenübersteht. Durch strukturierte Gespräche und den Einsatz von Analysewerkzeugen können die Tutor:innen den Grad der digitalen Reife bewerten und Bereiche mit Verbesserungspotenzial definieren. Der Prozess sollte individuell gestaltet werden und das Tempo und die Ressourcen des KMU/KMO berücksichtigen.

Aktivität 2.1 Einzelgespräch mit dem Unternehmer und dem Digitalberater

Ein persönliches Gespräch zwischen dem KMU bzw. KMO und der digitalen Beratung (in diesem Fall dem Tutor oder der Tutorin) ist der Grundstein der Analyse. Während dieser Sitzung unterstützt die beratende Person die Unternehmens- oder Organisationsleitung dabei, über aktuelle Geschäftsprozesse, digitale Kompetenzen und strategische Ziele zu reflektieren.

Offene Fragen und aktives Zuhören sind entscheidend, um tatsächliche Bedarfe statt lediglich wahrgenommener Probleme zu erkennen.

Das Gespräch sollte mit einer vorläufigen Liste digitaler Prioritäten enden, die nach Dringlichkeit und potenziellen Auswirkungen geordnet sind. Die beratende Person kann kurzfristige Maßnahmen vorschlagen, um Vertrauen aufzubauen und schnelle Ergebnisse zu erzielen. Dies kann als Grundlage für weiterführende Transformationsschritte dienen.

Aktivität 2.2 Unterstützung mit Tools: PESTEL, GAP und CANVAS (optional)

Ergänzende Analyse-Tools können dabei helfen, die Position eines Unternehmens oder einer Organisation in dessen Ökosystem zu klären. Eine PESTEL-Analyse identifiziert externe Faktoren, die das Geschäftsumfeld beeinflussen, während eine GAP-Analyse die Unterschiede zwischen dem aktuellen und dem gewünschten Zustand aufzeigt. Das Business Model Canvas kann Wertversprechen, Kund:innenbeziehungen und Schlüsselaktivitäten visualisieren und so strategisches Denken fördern.

Diese Instrumente sind optional, werden jedoch dringend empfohlen für Tutorinnen und Tutoren, die eine strukturierte und visuell unterstützte Begleitung anbieten möchten. Die Ergebnisse sollten in einem kooperativen Rahmen erörtert werden, um die Unternehmerin bzw. den Unternehmer bei fundierten Entscheidungsprozessen zu unterstützen. Hauptziel ist es, die Unternehmensstrategie mit den Potenzialen der digitalen Innovation in Einklang zu bringen. Weitere Informationen zur Anwendung dieser Instrumente sind in der entsprechenden Lerneinheit des MOOC-Kurses unter folgendem Link enthalten: <https://www.smartermes.eu>



Phase 3

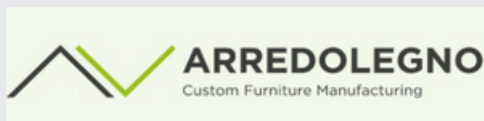
STRATEGIEENTWICKLUNG

Sobald die Bedürfnisse klar sind, besteht der nächste Schritt darin, eine kohärente und realistische Strategie für die digitale Transformation zu definieren. In dieser Phase werden die Analysen in umsetzbare Pläne umgesetzt, um sicherzustellen, dass die digitalen Initiativen mit den langfristigen Zielen des KMU/der KMO in Einklang stehen. Die Tutor:innen spielen eine wichtige Rolle als Moderation, die die Leitung durch strukturierte Reflexion und Priorisierung begleiten.

Bevor Sie mit der Definition der Strategie beginnen, finden Sie hier einige Beispiele für Strategien zur digitalen Transformation von KMU.

BEISPIELE FÜR STRATEGIEN ZUR DIGITALEN TRANSFORMATION FÜR KLEINE UND MITTLERE UNTERNEHMEN

Beispiel 1



Branche: Herstellung von maßgefertigten Möbeln

Mitarbeitende: 15

Ajahresumsatz: 1,4 Millionen Euro

Zielkund:innen: Architekt:innen, Innenarchitekt:innen, Privatkund:innen

Ausgangspunkt: Traditionelles Handwerk mit begrenzten digitalen Tools (einfache Website, manuelle Auftragsabwicklung)

1. VISION UND STRATEGISCHE ZIELE

„Wir wollen online zu einer Referenz für hochwertige maßgefertigte Möbel werden, die interne Effizienz verbessern und unseren Kund:innen ein personalisiertes digitales Erlebnis bieten.“

12-Monats-Ziele:

- Steigerung der Online-Geschäftsanfragen um 30 %
- Reduzierung der durchschnittlichen Angebotserstellungszeit um 20 %
- Einführung eines Online-Produktkonfigurators für maßgefertigte Möbel
- Digitalisierung der Auftragsabwicklung und Rechnungsstellung

2. BEWERTUNG DER DIGITALEN REIFE (FAST SCAN TOOL)

Stärken:

- Eng verbundenes Team, Eigentümer offen für Veränderungen
- Grundlegende Online-Präsenz bereits vorhanden

Schwächen:

- Schlechte Integration zwischen Produktion, Vertrieb und Verwaltung
- Keine strukturierten digitalen Marketingaktivitäten
- Begrenzte Kenntnisse über digitale Technologien

3. STRATEGISCHE PRIORITÄTEN (FAST STRAT TOOL & TUTORING)

Interventionsbereiche:

- **Web & digitales Marketing:** Neugestaltung der Website, SEO und Präsenz in sozialen Medien
- **Interne Digitalisierung:** Einführung von schlanken ERP- und CRM-Systemen
- **Angebotsinnovation:** Entwicklung eines 3D-Konfigurators für Kund:innen
- **Mitarbeiterschulung:** Schulung der Mitarbeitenden in grundlegenden digitalen Kompetenzen
- **Zugang zu Fördermitteln:** Nutzung von Digitalisierungsgutscheinen der örtlichen Handelskammer

4. ZUSAMMENFASSUNG DES OPERATIVEN PLANS

Maßnahme	Verantwortlich	Zeitplan	Ressourcen
Neugestaltung der Website und SEO	Externe Agentur	2 Monate	€5,000
Implementierung eines ERP-Systems	Leitungsebene und Softwareanbieter	3 Monate	€7,000
Einrichtung von Social Media und Newsletter	Geschulte interne Mitarbeitende	1 Monat	Intern
Grundlegende Schulung in digitalen Kompetenzen	Tutor:in und externer Beraterung	2 Tage	SMARTER KMU
Entwicklung eines 3D-Konfigurators	Freiberufliches UX- und Holzverarbeitungsteam	4 Monate	€10,000
Beantragung eines Digitalisierungsgutscheins	Inhaber:in und KMU-Verband (CNA)	1 Monat	Kostenlose Unterstützung

5. LEISTUNGSKENNZAHLEN (KPIS)

- Anzahl der Angebotsanfragen über die Website
- Durchschnittliche Zeit für die Erstellung eines Angebots
- Follower:innen in sozialen Medien und Interaktionsrate
- Prozentualer Anteil digital bearbeiteter Bestellungen
- Anzahl der in digitalen Tools geschulten Mitarbeitende

6. PLAN ZUR KONTINUIERLICHEN VERBESSERUNG

- Vierteljährliche KPI-Überwachung mit Tutor:in
- Interne Besprechungen zur Überprüfung des Strategiefortschritts
- Ausweitung des ERP-Systems auf weitere Prozesse
- Kosten-Nutzen-Analyse für die Integration der Lagerverwaltung

7. UNTERNEHMERISCHE FÜHRUNG

- Teilnahme an SMARTER SMEs-Workshops
- Tägliche Nutzung von Cloud-Tools, E-Mail und kollaborativen Plattformen
- Fördert aktiv die Transformation innerhalb des Unternehmens
- Einstellung eines jungen Fachmanns zur Unterstützung des digitalen Marketings und der Erstellung von Inhalten

8. ERGEBNISSE DER NACHHILFE

- Schneller Scan-Tool-Bericht
- Mit dem Tutor abgestimmte Strategie
- Gemeinsamer operativer Plan mit internem Team
- Einfaches KPI-Dashboard (Excel)
- Absichtserklärungen mit Anbietern digitaler Lösungen
- Entwurf eines Plans für die Kofinanzierung mit öffentlichen Förderprogrammen

Diese Beispielstrategie spiegelt einen pragmatischen, modularen und nachhaltigen Ansatz wider, der sich auf messbare Ergebnisse konzentriert und einen soliden, schrittweisen Weg zur digitalen Transformation ermöglicht.

Beispiel 2

MECCATRONICA B.G. SRL

Brancher: Präzisionsmechanik-Zulieferer

Mitarbeitende: 27

Jahresumsatz: 3,2 Millionen Euro

Typische Kund:innen: OEMs aus den Bereichen Automobil, Verpackung und Maschinenbau

Ausgangspunkt: Teilweise Digitalisierung (fortgeschrittene CAD-CAM- und CNC-Nutzung, aber begrenzte Prozessintegration)

1. VISION UND STRATEGISCHE ZIELE

„Digitalisierung wichtiger Prozesse zur Verbesserung der Produktionseffizienz und Rückverfolgbarkeit, Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit und Gewinnung neuer Kund:innen in den Bereichen Automobilindustrie und Industrie 4.0.“

12-Monats-Ziele:

- Verkürzung der Zeit zwischen Auftragseingang und Lieferung um 25 %
- Automatisierung von mindestens drei sich wiederholenden Verwaltungsprozessen
- Implementierung einer digitalen Rückverfolgbarkeit für Produktionschargen
- Erstellen von Dashboards zur Produktionsüberwachung in Echtzeit

2. BEWERTUNG DER DIGITALEN REIFE (FAST SCAN TOOL)

Stärken:

- Starkes technisches Know-how
- Fortgeschrittene Nutzung von CAD-CAM- und CNC-Systemen
- Eigentümer ist innovationsorientiert

Schwächen:

- Produktion wird noch mit Excel und papierbasierten Systemen verwaltet
- Kein CRM, ERP oder MES vorhanden
- Schlechte Integration zwischen Technik-, Vertriebs- und Produktionsabteilungen

3. STRATEGISCHE HEBEL (FAST STRAT TOOL UND TUTORING)

Schwerpunkte:

- Systemintegration (Einführung eines einfachen ERP- und MES-Systems)
- Rückverfolgbarkeit und Maschinendatenerfassung (IoT)
- Digitalisierung von Dokumenten und Automatisierung von Arbeitsabläufen
- Mitarbeiterschulung und Entwicklung digitaler Rollen

4. OPERATIVER PLAN

Maßnahme	Ziel	Ressourcen	Zeitplan	Anmerkungen
Auswahl und Einrichtung des ERP-Systems	Integration von Einkauf, Produktion und Logistik	Lokaler Softwareanbieter und internes Team	3 Monate	Grundlegende Integration
Installation von Maschinensensoren (IoT)	Echtzeitdaten von 3 CNCs	IoT-Anbieter und interne ICT-Funktion	2 Monate	MES-Integration geplant
Digitalisierung von Bestell- und Lieferdokumenten	Papierloser Workflow und Rückverfolgbarkeit	Internes und Dokumentenmanagement-Tool	1 Monat	Automatisierung mithilfe von Vorlagen
CRM-Einführung	Kund:innen-/Interessent:innenbeziehungsmanagement	Marketingberatung und Vertriebsmitarbeitende	2 Monate	Verbindung zur Website
Mitarbeiterschulung	Grundlegende digitale Tools und Cybersicherheit	Lokaler Schulungspartner	2 Schulungstage	Praktische Übungen inklusive

5. LEISTUNGSKENNZAHLEN (KPIs)

- Durchschnittliche Auftragsbearbeitungszeit
- Anzahl der pro Monat digitalisierten Dokumente
- Prozentualer Anteil digital verfolgter Bestellungen
- Anzahl der über CRM verwalteten Kund:innenbesuche
- Tatsächliche Nutzungsrate des ERP-Systems

6. PLAN ZUR KONTINUIERLICHEN VERBESSERUNG

- Monatliche KPI-Überprüfung mit Leitungsebene und „Digital Lead“
- Strategieveränderung alle drei Monate
- Schrittweise Ausweitung des IoT auf andere Prozesse
- Bewertung der digitalen Lagerintegration

7. ROLLE DER UNTERNEHMENSLEITUNG

- Aktive Teilnahme an SMARTER SMEs-Workshops
- Ernennung einer Nachwuchskraft zur digitalen Ansprechperson
- Unterstützt Investitionen auch ohne unmittelbaren Ertrag
- Tauscht sich mit anderen Unternehmen aus, um Benchmarking zu betreiben und Erfahrungen auszutauschen

8. ERGEBNISSE DER BERATUNG

- Bericht der Digitalberatung
- Gemeinsam mit dem Tutor entwickelte maßgeschneiderte Strategie
- Gemeinsamer Betriebsplan
- Absichtserklärung für Investitionen mit digitalen Gutscheinen (oder Industrie 4.0-Krediten)

Diese Strategie basiert auf einem realistischen, schrittweisen Ansatz, der darauf abzielt, die interne Effizienz zu verbessern, technisches Know-how zu nutzen und auf die steigenden digitalen Anforderungen im Maschinenbau zu reagieren.

Beispiel 3



Branche: Auftragsfertigung und Verpackung von Naturkosmetik

Mitarbeitende: 18

Jahresumsatz: 1,8 Millionen Euro

Kund:innenstamm: Aufstrebende Marken, Apotheken, Online-Händler

Anfänglicher Digitalisierungsgrad: Beschränkt auf einfache Buchhaltungstools und E-Mail-basierte Auftragsabwicklung; Produktionsverfolgung noch manuell

1. VISION UND STRATEGISCHE ZIELE

„Wir wollen ein digital agiles KMU werden, das in der Lage ist, intelligente Kund:inneninteraktionen durchzuführen, Produktionschargen digital zu verfolgen, die Qualität unserer Prozesse zu demonstrieren und durch Online-Sichtbarkeit neue Vertriebskanäle zu erschließen.“

12-Monats-Ziele:

- Implementierung einer digitalen Chargen- und Versandverfolgung (ISO- und GMP-konform)
- Automatisierung von mindestens 3 Verwaltungsaufgaben (Bestellungen, Rechnungsstellung, Kundendatenbank)
- Verbesserung der Online-Präsenz und Aktivierung eines digitalen B2B-Kanals zur Lead-Generierung
- Schulung von mindestens 5 Mitarbeitende in grundlegenden digitalen Fähigkeiten und Cybersicherheit

2. BEWERTUNG DER DIGITALEN BEREITSCHAFT (FAST SCAN TOOL)

Stärken:

- Motivierter Eigentümerin mit starkem Interesse an Digitalisierung
- Gut strukturierte Produktionsprozesse
- Solider Ruf der Marke in der Region

Schwächen:

- Kein integriertes Managementsystem
- Veraltete Website, keine Suchmaschinenoptimierung (SEO) und keine aktiven sozialen Kanäle
- Vollständig papierbasierte Produktionsdokumentation
- Kein CRM zur Verwaltung bestehender und potenzieller Kund:innen

3. STRATEGISCHE HEBEL (FAST STRAT TOOL + BETREUUNG)

Ausgewählte Maßnahmen:

- Einführung einer auf die Kosmetikherstellung zugeschnittenen ERP-Software (Chargenverwaltung, Lagerbestand, Bestellungen)
- Neugestaltung der Website mit B2B-Inhalten, SEO und digitalem Katalog
- Einführung eines cloudbasierten CRM-Systems zur Verwaltung von B2B- und B2C-Beziehungen
- Schulung der Mitarbeitende zu digitalen Tools, Auftragsabwicklung und IT-Sicherheit
- Erfassung von Kund:innenfeedback nach Lieferungen mithilfe einfacher digitaler Tools

4. VEREINFACHTER BETRIEBSPLAN

Maßnahme	Ziel	Ressourcen	Zeitplan	Anmerkungen
ERP-Implementierung für Kosmetika	Rückverfolgbarkeit und automatisierte Compliance	Vertikale ERP-Software + interne Mitarbeiter	3 Monate	Verknüpft mit Materialdaten von Lieferanten
Neugestaltung der Website und digitaler Katalog	Steigerung der B2B-Leads	Spezialisierte Webagentur	2 Monate	Enthält Fallstudien und Kontaktformulare
CRM-Aktivierung	Kund:innen- und Kommunikationsmanagement	Cloud-basiertes CRM und interne Mitarbeitende	1 Monat	Integriert mit Newslettern und Werbeaktionen
Schulung in digitalen Kompetenzen	Operative digitale Kompetenz	SMARTER SMEs-Tutor + externer Trainer	2 Schulungstage	Beinhaltet praktische Übungen
Erfassung von Kund:innenfeedback	Verbesserung der Dienstleistungen	Google Forms + CRM-Integration	1 Monat	Wird nach jeder abgeschlossenen Lieferung versendet

5. LEISTUNGSKENNZAHLEN (KPIs)

- Prozentualer Anteil digital verfolgter Chargen
- Anzahl der Bestellungen über die Website
- Kundenwiederkaufsrate (B2C)
- Reduzierung von Lagerfehlern
- Anzahl der erfolgreich geschulten Mitarbeitende

6. MECHANISMUS ZUR KONTINUIERLICHEN VERBESSERUNG

- Monatliche Besprechungen mit Digitalreferent:in und Tutor:in
- Halbjährliche Überprüfung der Website-Inhalte und der E-Commerce-Leistung
- Erfassung und Analyse von Kund:innenfeedback
- Laufende Aktualisierung der Fördermöglichkeiten (Digitalgutscheine, Fonds für ländliche Entwicklung, nationale Pläne)

7. ROLLE DER UNTERNEHMERIN

- Aktive Vorreiterrolle beim Wandel, mit Lernbereitschaft
- Benennung einer Nachwuchskraft als interne „digitale Ansprechperson“
- Nimmt an Veranstaltungen und Schulungen zum Thema digitales Geschäft teil
- Fördert eine schrittweise, integrative Innovationskultur innerhalb des Unternehmens

8. ERGEBNISSE DER BETREUUNG

- Bericht des Digital Advisors
- Personalisierte digitale Strategie, validiert mit einem Tutor
- Gemeinsamer operativer Plan
- Einfaches KPI-Dashboard (Excel oder Google Sheets)
- Dokumentation für die Implementierung von ERP-, CRM- und E-Commerce-Plattformen
- Absichtserklärung für die Beantragung von Digitalisierungsgutscheinen

9. ZUSAMMENFASSUNG DER STRATEGISCHEN 12-MONATS-ROADMAP

Quartal	Wichtigste Maßnahmen
Q1	Mitarbeiterschulung und Start der ERP-Implementierung
Q2	Start der Website und des CRM, SEO und Aktivierung des LinkedIn-Unternehmensprofils
Q3	Erste Sammlung von Kund:innenfeedback und interne Prüfung zur Prozessüberprüfung
Q4	Verstärktes digitales Marketing und Erkundung von B2C-Linie und E-Commerce

Diese Strategie ermöglicht es dem KMU:

- Die Compliance und die interne Qualität zu stärken
- Erschließung neuer Kund:innen durch verbesserte digitale Sichtbarkeit
- Optimierung der Betriebsabläufe und der Kund:innenkommunikation
- Einen realistischen, integrativen und nachhaltigen Weg zur digitalen Transformation zu fördern

Beispiel 4



Branche: Handwerkliche Herstellung von gereiftem und verpacktem Käse

Mitarbeitende: 22

Jahresumsatz: 2,5 Millionen Euro

Kund:innen: Lokale Großhändler, Restaurants, Fachgeschäfte, Direktverkauf

Anfänglicher Digitalisierungsgrad: Beschränkt auf einfache Buchhaltungssoftware; Auftragsverfolgung und Rückverfolgbarkeit werden noch manuell verwaltet

1. VISION UND STRATEGISCHE ZIELE

„Wir möchten Tradition und Innovation verbinden, indem wir digitale Tools einsetzen, um die Rückverfolgbarkeit zu verbessern, die Kund:innenkommunikation zu optimieren und durch Direktvertrieb und eine stärkere Online-Präsenz neue Märkte zu erschließen.“

12-Monats-Ziele:

- Implementierung einer digitalen Rückverfolgbarkeit von Produktions- und Versandchargen
- Steigerung des Direktvertriebs über E-Commerce um 20 %
- Verbesserung der B2B-Interaktion durch Einführung eines CRM-Systems
- Schulung von mindestens 5 Mitarbeitenden in grundlegenden digitalen Kompetenzen und IT-Sicherheit

2. BEWERTUNG DER DIGITALEN REIFE (FAST SCAN TOOL)

Stärken:

- Digital aufgeschlossener Unternehmer
- Gut definierte und standardisierte Produktionsprozesse
- Guter Ruf und treuer Kund:innenstamm

Schwächen:

- Kein integriertes Managementsystem
- Veraltete Website, keine Suchmaschinenoptimierung, keine aktiven sozialen Kanäle
- Vollständig manuelle Nachverfolgung von Produktionschargen
- Kein CRM für das Kund:innenbeziehungsmanagement

3. STRATEGISCHE PRIORITÄTEN (FAST STRAT TOOL UND TUTORING)

Ausgewählte strategische Maßnahmen:

- Digitalisierung der Chargenrückverfolgbarkeit und HACCP-Dokumentation
- Neugestaltung der Website mit E-Commerce-Integration
- Einführung eines CRM-Systems zur Verwaltung von B2B- und B2C-Beziehungen
- Schulung der Mitarbeitenden zu digitalen Tools, Auftragsmanagement und Cybersicherheit
- Implementierung eines einfachen ERP-Systems (einschließlich Lagerverwaltungsmodul)

4. VEREINFACHTER BETRIEBSPLAN

Maßnahme	Ziel	Ressourcen	Zeitplan	Anmerkungen
Einrichtung der Rückverfolgbarkeitssoftware	Compliance und Prozessautomatisierung	ERP für den Lebensmittelsektor und internes Team	3 Monate	Integriert in HACCP-Plan
Neugestaltung der Website und E-Commerce	Direktvertrieb und Markenbekanntheit	Auf Lebensmittel spezialisierte Webagentur	2 Monate	Shopify-basiert und Produkt-Storytelling
Einführung eines CRM-Systems	Verfolgung von Kund:innen- und Interessentenbeziehungen	Open-Source-CRM und geschultes Verkaufspersonal	1 Monate	Verbindung zu Newslettern und Werbetoole
ERP-Implementierung	Interne operative Digitalisierung	ERP-Anbietende und Buchhaltung	4 Monate	Leichtgewichtig und skalierbar
Schulung der Mitarbeitende in digitalen Kompetenzen	Digitale Kompetenz für den täglichen Betrieb	Tutor:in und externe:r Trainer:in	2 Sitzungen	Beinhaltet grundlegende Cybersicherheitsmodule

5. LEISTUNGSKENNZAHLEN (KPIS)

- Prozentualer Anteil digital verfolgter Chargen
- Anzahl der Online-Bestellungen
- Wiederkaufsrate von B2C-Kund:innen
- Fehlerquote in der Lagerverwaltung
- Anzahl erfolgreich geschulter Mitarbeitende

6. MECHANISMUS ZUR KONTINUIERLICHEN VERBESSERUNG

- Monatliche Überwachungssitzungen mit digitaler Ansprechperson und Tutor:in
- Halbjährliche Aktualisierung der Website und der E-Commerce-Inhalte
- Online-Analyse des Kund:innenfeedbacks zur Zufriedenheit
- Ständige Überprüfung von Finanzierungsmöglichkeiten (Digitalgutscheine, Pläne zur Entwicklung des ländlichen Raums, nationaler Aufbau- und Resilienzplan)

7. ROLLE DES UNTERNEHMERS

- Leitet persönlich den Transformationsprozess
- Ernennung eines internen Nachwuchsmitarbeiters zum Digital Champion
- Nimmt an Messen und Workshops zur digitalen Innovation im Lebensmittelsektor teil
- Fördert eine positive Einstellung der Mitarbeitende gegenüber Veränderungen

8. ERGEBNISSE DER BERATUNG

- Bericht der Digitalberatung
- Personalisierte digitale Strategie, die mit dem:der Tutor:in abgestimmt wurde
- Mit dem Team geteilter operativer Plan
- Einfaches KPI-Dashboard (Excel oder Google Sheets)
- Dokumentation zur Implementierung von ERP, CRM und E-Commerce
- Absichtserklärung für Digitalisierungsgutschein oder Fördermittelantrag

9. 12-MONATIGER STRATEGISCHER FAHRPLAN

Quartal	Wichtige Maßnahmen
Q1	Schulung der Mitarbeitende und Einführung einer Rückverfolgbarkeitssoftware
Q2	Website und CRM-System live, SEO und Einrichtung von Social-Media-Seiten
Q3	Erste Rückmeldungen sammeln und interne Prozessprüfung durchführen
Q4	Verbessertes digitales Marketing und Machbarkeitsstudie zur Entwicklung einer B2C-Produktlinie

Diese Strategie ermöglicht dem KMU:

- Stärkung der Lebensmittelsicherheit durch digitale Tools
- Eröffnung neuer Vertriebskanäle über E-Commerce und verbesserte B2B-Kommunikation
- Optimierung der Betriebsprozesse und Dokumentation
- Aufbau einer nachhaltigen internen digitalen Kultur mit Fokus auf praktischen Ergebnissen



Aktivität 3.1 Erstellung des ersten Entwurfs

Der Entwurf der Strategie für die digitale Transformation sollte mehrere Schlüsselemente enthalten: Vision und Ziele, Bewertung der digitalen Reife, strategische Ebenen und einen operativen Aktionsplan. Die Vision legt die Richtung und die gewünschten Auswirkungen der Transformation fest, während die Reifegradbewertung eine Grundlage für die Messung des Fortschritts bildet. Strategische Ebenen können Bereiche wie Betrieb, Marketing, Kund:innenmanagement und Cybersicherheit umfassen.

Der operative Aktionsplan setzt strategische Absichten in konkrete Schritte um. Er definiert Verantwortlichkeiten, Zeitpläne und Ressourcen. Jede Maßnahme sollte realisierbar, messbar und anpassungsfähig sein. Die Tutor:innen sollten sicherstellen, dass die KMU oder KMO verstehen, dass die Strategie ein lebendiges Dokument ist, das sich mit dem Lernen und Wachsen weiterentwickeln kann.

→ Zur Entwicklung des ersten Entwurfs enthält das Schulungspaket die folgende Eingabeaufforderung, die auf einer generativen künstlichen Intelligenz (wie GPT, Gemini usw.) ausgeführt werden soll:

Übernehmen Sie die Rolle eines Experten für digitale Transformation mit dem Ziel, eine Strategie für die digitale Transformation eines KMU oder KMO (klein und mittelständische Organisation) zu definieren. Eine Strategie für die digitale Transformation ist ein umfassender Fahrplan, der neu definiert, wie ein Unternehmen oder eine Organisation durch Technologie, Daten und Kultur arbeitet, im Wettbewerb steht und Werte schafft. Sie beginnt mit einer Diagnose des aktuellen Zustands – der Bewertung der digitalen Reife, der Infrastruktur, der Prozesse und der Kultur –, um Lücken und Chancen zu identifizieren. Auf dieser Grundlage werden eine klare Vision und Mission festgelegt, die strategische Absichten in messbare Ziele wie Effizienzsteigerung, Automatisierung von Arbeitsabläufen oder Verbesserung des Kundenerlebnisses umsetzen. Die Governance wird durch eine spezielle Führungsstruktur (z. B. einen Digitalausschuss oder Chief Digital Officer) etabliert, um die Abstimmung, Verantwortlichkeit und das Änderungsmanagement sicherzustellen, unterstützt durch Kommunikations- und Schulungsprogramme, die die digitale Kultur fördern. Die Strategie entfaltet sich dann über mehrere wichtige Säulen: Neugestaltung und Automatisierung von Prozessen, technologische Modernisierung (Cloud, KI, Cybersicherheit), Datenintelligenz, Kundenerfahrung und Personalentwicklung. Die Umsetzung erfolgt in mehreren Phasen: Planung und Bewertung, Aufbau von Kapazitäten, Durchführung von Pilotprojekten und Skalierung erfolgreicher Initiativen. Schreiben Sie zwei Absätze pro Phase der Strategie zur digitalen Transformation. Die Kapitel des Berichts sind folgende: Vision und strategische Ziele, Bewertung der digitalen Reife, strategische Prioritäten, zusammenfassender operativer Plan und unternehmerische Führung. Fügen Sie am Ende des operativen Plans eine Tabelle mit den folgenden Konzepten ein: Maßnahme, Ziel, Ressourcen, Zeitplan und Anmerkungen. Pilotprojekte sind von entscheidender Bedeutung: kleine Experimente in Bereichen mit hoher Wirkung, die dazu dienen, Technologien zu testen, Feedback zu sammeln und Ergebnisse zu validieren, bevor sie in größerem Umfang eingeführt werden. Neben der Strategie ist es notwendig, ein Pilotprojekt zu definieren, um die vielversprechendste Technologie unter Berücksichtigung der Situation des KMU oder KMO zu implementieren, es als Beispiel zu definieren und die Notwendigkeit des Pilotprojekts mit einem klar definierten Umfang, Zielen und den drei größten Risiken zu begründen (all dies zusammengefasst in zwei Absätzen). Erfinden Sie keine Informationen, die nicht in der Vorgabe enthalten sind, und passen Sie die Strategie je nach Reifegrad an. KMU oder KMO mit dem niedrigsten Reifegrad sollten eine einfachere Strategie für die digitale Transformation mit einem begrenzteren Umfang erhalten. Berücksichtigen Sie den folgenden digitalen Reifegrad des Unternehmens oder der Organisation, um die gesamte Strategie für die digitale Transformation zu entwickeln: „XXXX“.

→ In der gelben Zone „XXXX“ müssen die Ergebnisse des Digital Advisors berücksichtigt werden. Alle zusätzlichen Informationen sollten ebenfalls an derselben Stelle aufgeführt werden, um das Feedback der künstlichen Intelligenz genauer zu machen. Zu den zusätzlichen Materialien der Phase „Strategie definieren“ gehören sektorale Strategien für die wichtigsten Umsetzungsrahmen der Strategien zur digitalen Transformation in den wichtigsten relevanten Sektoren. Diese sektoralen Strategien sollten gelesen werden, um zu überprüfen, ob die vorgestellte Strategie mit dem Hauptrahmen des Sektors übereinstimmt.

Aktivität 3.2 Versand des Entwurfs

Nach Fertigstellung des ersten Entwurfs sollte der:die Tutor:in diesen per E-Mail an das KMU oder KMO senden. Die Nachricht muss klar formuliert sein und die verantwortlichen Personen auffordern, den Inhalt zu überprüfen und Kommentare abzugeben. Eine kurze Erläuterung zu jedem Abschnitt hilft anderen Personen, sich leicht im Dokument zurechtzufinden. Die Festlegung einer Frist für das Feedback fördert das Engagement und beschleunigt den Fortschritt.

Aktivität 3.3 Feedback-Gespräch

Das Feedback-Gespräch dient dazu, den Entwurf zu validieren und eine vorrangige Pilotmaßnahme zu identifizieren.

Während dieser Sitzung sollten Tutor:in und das KMU bzw. die KMO die Machbarkeit, verfügbaren Ressourcen und erwarteten Vorteile besprechen.

Das Hauptziel besteht darin, eine gemeinsame Entscheidung darüber zu treffen, wo mit der Umsetzung der Transformation begonnen werden soll. Dieser Schritt der Zusammenarbeit stärkt das Vertrauen und die gemeinsame Verantwortung für den Prozess.

Wenn einige Teile des Pilotprojekts oder andere Teile der Strategie zu technisch sind, sollten diese Details entfernt werden, damit Sie als Tutor:in während des Feedback-Meetings die Kontrolle über alle Inhalte und Gespräche behalten.



Phase 4

UMSETZUNG

In der Umsetzungsphase werden strategische Ideen in praktische Maßnahmen umgesetzt. Der Schwerpunkt liegt auf dem Testen, Bewerten und Lernen aus realen Anwendungen digitaler Lösungen. Die Tutor:innen fungieren als Moderation und Koordination und stellen sicher, dass KMU/KMO angemessene technische und organisatorische Unterstützung erhalten.

Aktivität 4.1 Auswahl des Technologieanbieters

Die Auswahl des richtigen Anbieters ist entscheidend für den Erfolg. KMU/KMO sollten Anbieter bevorzugen, die ihre Größe, Einschränkungen und Branche verstehen. Zu den Auswahlkriterien können Erfahrung, Kund:innenreferenzen, Kund:innendienst und die Fähigkeit, skalierbare Lösungen anzubieten, gehören. Tutor:innen können KMU/KMO unterstützen, indem sie Vergleichsmatrizen erstellen oder Musterbewertungsvorlagen zur Verfügung stellen.

Aktivität 4.2 Festlegung des konkreten Umfangs der Pilotphase

Die Festlegung des Pilotumfangs stellt sicher, dass die Erwartungen klar sind und die Ressourcen gut verwaltet werden. Der Pilotversuch sollte klein genug sein, um Risiken zu kontrollieren, aber groß genug, um aussagekräftige Erkenntnisse zu gewinnen. Vor Beginn sollten wichtige Leistungsindikatoren (KPIs) vereinbart werden, damit beide Seiten den Fortschritt objektiv messen können.

Aktivität 4.3 Die Durchführung

Während der Durchführung ist eine genaue Überwachung unerlässlich. Die Tutor:innen sollten den Fortschritt regelmäßig überprüfen, Hindernisse dokumentieren und gewonnene Erkenntnisse sammeln. Die Kommunikation zwischen dem KMU/der Organisation und dem Anbieter muss offen und transparent bleiben. Flexibilität und Anpassungsfähigkeit sind von entscheidender Bedeutung, da Pilotversuche oft Anpassungen im Laufe der Zeit erfordern.

Tool: Praktische Leitlinien für die digitale Transformation von KMU

Um die Strategie zur digitalen Transformation umsetzen zu können

Zweck, Einführung und Aufbau der Leitlinien

Der Zweck der Leitlinien besteht darin, Führungskräften von KMU und KMO klare, praktische Unterstützung in der Umsetzungsphase ihrer Strategie zur digitalen Transformation zu bieten. Diese Leitlinien setzen die Strategie in konkrete Maßnahmen, operative Vorschläge und handhabbare Instrumente um, die in einer leicht verständlichen Sprache verfasst sind und sich auf die Umsetzung konzentrieren.

Die Leitlinien sind in die folgenden 7 Abschnitte gegliedert, die jeweils auf die Hauptbereiche der entwickelten digitalen Strategie abgestimmt sind (in Übereinstimmung mit dem Fast-Strat-Tool und den Tutoring-Ergebnissen).



7-Stufen-Flussdiagramm

Die verschiedenen Abschnitte sind so strukturiert, dass sie KMU und KMO bei der Umsetzung ihrer geplanten Strategie zur digitalen Transformation helfen. Nachfolgend finden Sie eine Zusammenfassung der Inhalte jeder Phase und der erwarteten Ergebnisse.

1. Operativer Start: Von der Strategie zur Umsetzung

Hauptinhalt:

- Wie man die Strategie überprüft und umsetzbare Prioritäten identifiziert;
- Wie man einen monatlichen Mini-Fahrplan (3–6–12 Monate) erstellt;
- Wie man operative Rollen definiert: Unternehmer:in, interne Referent:innen, externe Lieferanten.
- Einfache Vorlage für einen operativen Plan (Maßnahme – verantwortliche Person – Zeitplan – Kosten).

Erwartete Ergebnisse:

- Ein erster operativer Plan;
- Ein gemeinsamer Zeitplan.

2. Auswahl und Verwaltung digitaler Lieferanten

Hauptinhalt:

- Kriterien für die Auswahl der richtigen digitalen Lieferanten für ein kleines Unternehmen
- Checkliste zur Bewertung einfacher und skalierbarer Softwarelösungen
- Verhandlung fairer und klarer Verträge (Vermeidung von Lock-in-Effekten und versteckten Kosten)
Aufbau einer kooperativen und langfristigen Beziehung zu Anbietern

Erwartete Ergebnisse:

- Das Vergleichsblatt der Lieferanten;
- Der Entwurf der Dienstleistungsvereinbarung.

3. Progressive Aktivierung strategischer Hebel

Hauptinhalt:

- Praktische Tipps für jeden strategischen Hebel (Beispiele: CRM, E-Commerce, Prozessautomatisierung, digitales Marketing)
- Klein anfangen (Pilotmaßnahmen), testen, dann skalieren
- Tools zur Dokumentation des Fortschritts (Excel, Google Docs, Dashboards)

Erwartete Ergebnisse:

- Die Maßnahmenliste.
- Die Berichte zur Testphase.
- Die dokumentierten Ergebnisse.

4. Teamengagement und Kulturwandel

Hauptinhalt:

- Wie man dem Team den Zweck der Transformation erklärt;
- Wie man eine interne „digitale Ansprechperson“ identifiziert und schult;
- Ansätze für interne Schulungen (Mikrolernen, Mentoring, Video-Tutorials);
- Wie man Widerstand bewältigt und zur Teilnahme ermutigt;

Erwartete Ergebnisse:

- Der Plan zur Einbindung der Mitarbeitende
- Die Karte der digitalen Kompetenzen.

5. Sicherheit, Datenschutz und Geschäftskontinuität

Hauptinhalt:

- Grundlegende Checkliste zur Cybersicherheit für KMU und KMO.
- Bewährte Verfahren für Datensicherung und Geräteschutz.
- Grundlagen der DSGVO und des Datenmanagements.
- Notfallplan für digitale Vorfälle.

Erwartete Ergebnisse:

- Die Sicherheits-Checkliste.
- Die Vorlage für die Datenschutzerklärung.
- Der Business-Continuity-Plan.

6. Messung der Ergebnisse und kontinuierliche Verbesserung

Hauptinhalt:

- Auswahl aussagekräftiger KPIs für den digitalen Fortschritt
- Wie man ein einfaches Dashboard erstellt (Excel oder Google Sheets)
- Wie und wann Ergebnisse überprüft und Strategien angepasst werden sollten

Erwartete Ergebnisse:

- Das KPI-Dashboard
- Die internen Berichtsvorlagen.
- Das Entscheidungsprotokoll.

7. Zukünftige Entwicklung und Nachhaltigkeit

Hauptinhalt:

- Wie die Strategie über die ersten 12 Monate hinaus verlängert werden kann.
- Wie man Veränderungen auf dem Markt und digitale Trends beobachtet.
- Wo Unterstützung zu finden ist (Schulungen, Finanzierung, Netzwerke von Gleichgesinnten).

Erwartete Ergebnisse:

- 12- bis 24-monatiger Fahrplan.
- Digitale Budgetprognose.
- Anbindung an Unterstützungsnetzwerke.

Praktische Hinweise für die Partner

Format des Tools

- Interaktive PDF-Version (Navigation nach Abschnitten)
- Bearbeitbare Word-/Excel-Vorlagen für den operativen Einsatz (Pläne, Dashboards, Checklisten)
- Druckbare Kurzversion (5-seitige Zusammenfassung)
- Verfügbar über die Webplattform des SMARTER SMEs-Projekts

Die Partner müssen sich über das Format einigen.

Zielgruppe

- Führungskräfte von KMU und KMO, die den Mentoring-Prozess abgeschlossen haben
- Interne digitale Referent:innen oder Berater:innen, die die Umsetzung unterstützen

Rolle der Tutor:innen

- Präsentation und Erläuterung der Leitlinien am Ende des Mentoring-Prozesses
- Unterstützung der Führungskräfte bei der Anpassung der Vorlagen an einer individuellen Strategie
- Bietet in den ersten 2–3 Monaten der Umsetzung Folgeunterstützung

Die Abschnitte

Die Leitlinien wurden als Hilfsmittel konzipiert und sollten bei der Umsetzung der digitalen Strategie helfen. Die wichtigsten Komponenten dieses Abschnitts sind:

- Zielsetzung.
- Durchzuführende Aktivitäten.
- Vorschläge zu den Maßnahmen, Methoden, Instrumenten und Rollen.
- Detaillierte erwartete Ergebnisse.

Die Beschreibung ist sehr schematisch gehalten, um praktisch und benutzerfreundlich zu sein.

1. Operativer Start: Wie man von der Strategie zur Umsetzung gelangt

Ziel

Die gemeinsam mit der Tutoring-Begleitung entwickelte digitale Strategie in einen **konkreten Aktionsplan** mit klaren Aufgaben, Verantwortlichkeiten und einem abgestimmten Zeitplan umsetzen, um die digitale Transformation einzuleiten.

1.1 Wie man die Strategie überprüft und wichtige Prioritäten identifiziert

Maßnahmen, die gemeinsam mit den Führungskräften durchzuführen sind:

- Gemeinsame Überprüfung der finalisierten digitalen Strategie (basierend auf dem Fast Strat Tool und den Tutoring-Sitzungen).
- Hervorheben:
 - o Die dringendsten und wichtigsten Maßnahmen (z. B. Verbesserung des Auftragsmanagements)
 - o Die „Quick Wins“ (z. dt. schnelle Erfolge) (z. B. Eröffnung einer LinkedIn-Unternehmensseite)
 - o Die Maßnahmen mit der größten kurzfristigen Wirkung (z. B. Digitalisierung der Angebotsprozesse)

Unterstützungstool Ein Blatt mit „strategischen Prioritäten“, um Maßnahmen zu klassifizieren in:

- *Sofort umsetzbar*
- *Mittelfristig umsetzbar*
- *Später zu planen*

Empfohlene Methode:

- Teilen Sie die geplanten Maßnahmen in drei Zeiträume auf:
 - o Phase 1 (0–3 Monate): Schnell umsetzbare Maßnahmen und grundlegende Schritte (z. B. CRM aktivieren, Website aktualisieren)
 - o Phase 2 (4–6 Monate): Maßnahmen mittlerer Komplexität (z. B. digitale Dokumentenverwaltung)
 - o Phase 3 (7–12 Monate): Strukturelle oder strategische Maßnahmen (z. B. ERP, E-Commerce, IoT)

Unterstützende Tools:

- Zeitplan-Tabelle
- Gemeinsamer Kalender (Google Kalender, Outlook) mit Erinnerungsfunktionen

1.3 Definition der operativen Rollen

Mindestanforderungen an die zuzuweisenden Rollen:

- Führungskraft: Überwacht die Transformation, beteiligt sich aktiv an den Anfangsphasen
- Digitale Ansprechperson (auch Junior): Koordiniert operative Schritte, aktualisiert den Plan, steht in Kontakt mit Lieferanten
- Externe Lieferanten: Führen technische Maßnahmen durch (z. B. Software, Website, Beratung)

Empfohlene Maßnahme: Erstellen Sie eine „Rollenübersicht“ (auf Papier oder in einem gemeinsamen Tool) mit folgenden Angaben:

- Namen,
- Verantwortlichkeiten
- Bevorzugter Kommunikationskanal (z. B. E-Mail, WhatsApp, gemeinsamer Ordner)

1.4 Vorlage für einen einfachen Betriebsplan

<i>Maßnahme</i>	<i>Verantwortlichkeit</i>	<i>Zeitplan (Beispiele)</i>
Kostenloses cloudbasiertes CRM aktivieren	Interne digitale Ansprechperson	Bis zum 15. Oktober 2025
Grundlegende Schulung zu internen digitalen Tools	Tutor:in und externe:r Trainer:in	10. Oktober 2025
Neugestaltung der Landingpage der Website	Webagentur	November 2025
Einrichtung einer automatischen Datensicherung für die Verwaltung	Leiter der Verwaltungsabteilung	Oktober 2025

Tipp: Verwenden Sie dasselbe Format in Excel oder Google Sheets für die laufende monatliche Nachverfolgung.

1.5 Erwartete Ergebnisse

- ✓ Ein grundlegender Betriebsplan mit mindestens 4–6 klaren, terminierten und zugewiesenen Maßnahmen
- ✓ Ein gemeinsamer Kalender mit automatischen Erinnerungen für Aufgaben und Besprechungen
- ✓ Eine aktualisierte Rollenübersicht, die für das gesamte beteiligte Team sichtbar ist
- ✓ Eine digitale Strategie, die nicht mehr nur „auf dem Papier“ steht, sondern bereits in die Tat umgesetzt wurde

2. Auswahl und Verwaltung digitaler Lieferanten

Ziel

Unterstützung der Führungskräfte bei der effektiven Auswahl und Verwaltung von Anbietern digitaler Dienstleistungen (Softwareanbieter, ICT-Berater, Webagenturen, Entwickler, Systemintegratoren), um häufige Fehler, unnötige Kosten oder nicht nachhaltige Abhängigkeiten zu vermeiden.

2.1 So wählen Sie zuverlässige und geeignete Lieferanten aus

1. Definieren Sie klar, was Sie brauchen

- Beginnen Sie mit Ihrem Betriebsplan: Was möchten Sie digitalisieren? Mit welchem Ziel? Mit welchem Budget?

- Beispiel: „Wir möchten unsere Kund:innenbeziehungen besser verwalten“ → Sie benötigen ein einfaches CRM-System mit Funktionen zur Kontakt-, Termin- und Kommunikationsverfolgung.

2. Vergleichen Sie mindestens 2 oder 3 Lieferanten

- Fordern Sie mindestens zwei vergleichbare Angebote an.
- Wählen Sie Anbieter, die Erfahrung mit KMU/KMO in Ihrer Branche oder mit Unternehmen ähnlicher Größe haben.
- Überprüfen Sie deren Online-Reputation: Bewertungen, Portfolio, Präsenz auf professionellen Plattformen.

3. Stellen Sie die richtigen Fragen

- Ist die Lösung skalierbar? Kann ich klein anfangen und später erweitern?
- Werde ich das System nach der Implementierung selbstständig nutzen können?
- Sind die Kosten einmalig, wiederkehrend oder nutzungsabhängig?
- Wie lange dauert es durchschnittlich, bis ich eine Antwort vom Support erhalte?

2.2 Checkliste für den Lieferantenvergleich

Bewertungskriterium	Anbieter A	Anbieter B
Erfahrung mit KMU/KMO in meiner Branche	✓/✗	✓/✗
Transparente, nachhaltige Preisgestaltung	€	€
Kostenlose Testversion verfügbar	✓/✗	✓/✗
Skalierbarkeit des Produkts	✓/✗	✓/✗
Kund:innendienst und Helpdesk	✓/✗	✓/✗
Kompatibilität mit aktuellen Tools	✓/✗	✓/✗

2.3 Was Sie vermeiden sollten

- Tools, die für Ihr KMU/KMO zu komplex oder überdimensioniert sind
- Starre Verträge oder unklare Klauseln
- Anbieter ohne Support oder extrem langen Reaktionszeiten
- Abhängigkeit von einer einzelnen Person in der Entwicklung oder von schwer ersetzbarem externem Support

2.4 So bauen Sie eine gute Arbeitsbeziehung auf

- Vereinbaren Sie ein erstes Abstimmungsgespräch, um Ziele und Erwartungen zu klären
- Weisen Sie jedem Lieferanten einen internen Ansprechpartner zu
- Vereinbaren Sie einen kleinen Arbeitsplan mit klaren Fristen und Check-ins
- Führen Sie schriftliche Aufzeichnungen (E-Mails, Protokolle) über Entscheidungen, Kosten und Änderungen

2.5 Nützliche Tools

- Excel-Vorlage zum Vergleich von Lieferanten
- Vorlage für einen einfachen Vertrag oder eine Dienstleistungsvereinbarung, einschließlich:
 - Leistungsumfang
 - Zeitpläne
 - Kosten

- Gegenseitige Verantwortlichkeiten
- Kündigungsbedingungen

2.6 Erwartete Ergebnisse

- Mindestens ein ausgewählter Lieferant, der mit der Strategie des Unternehmens oder der Organisation übereinstimmt
- Ein klarer, nachhaltiger Vertrag oder Dienstleistungsvertrag
- Ein gemeinsamer Arbeitsplan zwischen dem KMU/der KMO und dem Lieferanten
- Erste Umsetzung einer Schlüsselmaßnahme (z. B. CRM, Website, Management-Software)

3. Schrittweise Umsetzung strategischer Hebel

Ziel

Unterstützung bei der schrittweisen Umsetzung der im Digitalisierungsplan definierten strategischen Schwerpunkte – beginnend mit kleinen, realistischen Schritten, die Raum für Tests, Lernen und ein schrittweises Wachstum bieten.

3.1 Was sind strategische Hebel?

Es handelt sich um die in der Strategie identifizierten Schlüsselbereiche, die zur Transformation des Unternehmens oder der Organisation beitragen. Beispiele hierfür sind:

- Einführung eines CRM-Systems
- Einführung eines E-Commerce-Kanals
- Digitalisierung interner Verwaltungs- oder Produktionsprozesse
- Aktivierung einer digitalen Marketingstrategie
- Einsatz von IoT- und Rückverfolgbarkeitssystemen
- Einführung von Tools für die interne Kommunikation

3.2 Schrittweise Umsetzung

1. Fangen Sie klein an

- Wählen Sie ein oder zwei Hebel, die einfach, kostengünstig und wirkungsvoll sind.
- Beispiel: Beginnen Sie mit einer kostenlosen CRM-Testversion oder erstellen Sie einen einfachen Auftritt auf LinkedIn.

2. Testen und anpassen

- Legen Sie einen begrenzten Testzeitraum fest (z. B. 30 oder 60 Tage).
- Beobachten Sie die Nutzung, sammeln Sie Feedback und bewerten Sie die Vorteile.
- Passen Sie Tools und Verfahren an die tatsächlichen Bedürfnisse an.

3. Dokumentieren Sie, was funktioniert

- Führen Sie ein einfaches digitales Aktionsprotokoll (Excel oder Google Sheet).
- Notieren Sie: Was wurde getan, was hat funktioniert, was nicht und was könnte verbessert werden?

4. Schrittweise ausweiten

- Wenn das Pilotprojekt funktioniert, skalieren Sie es: Wenden Sie das Tool auf andere Bereiche an oder beziehen Sie andere Mitarbeitende mit ein.
- Beispiel: Erweitern Sie die Nutzung von Tools zur Dokumentenfreigabe von der Verwaltung auf die Logistik und den Vertrieb.

3.3 Unterstützende Tools

- Vorlage für digitales Aktionsprotokoll
- Vorlage für Pilotplan (Ziel – Tool – Dauer – Verantwortliche Person – Ergebnis)
- Internes Feedback-Formular
- Einfaches Fortschritts-Dashboard (zur besseren Übersichtlichkeit farbcodiert)

3.4 Tipps für KMU und KMO

- *Versuchen Sie nicht, alles auf einmal zu erledigen: Setzen Sie Prioritäten.*
- *Beziehen Sie das Team in Tests und Feedback ein.*
- *Bevor Sie neue Tools kaufen, versuchen Sie, das bereits Vorhandene optimal zu nutzen.*
- *Wenn ein Tool nicht funktioniert, ändern Sie schnell die Richtung.*

3.5 Erwartete Ergebnisse

- 1 bis 3 strategische Hebel, die in den ersten 3 bis 6 Monaten aktiviert werden
- Dokumentierte Ergebnisse von Pilotversuchen
- Internes Lernen und gemeinsame Verbesserungen
- Gesteigertes Vertrauen und Engagement unter den Teammitgliedern

4. Teamengagement und kultureller Wandel

Ziel

Unterstützung bei der Einbindung des Teams und der Förderung eines kulturellen Wandels, der die digitale Transformation in den täglichen Betrieb integriert, Widerstände überwindet, internes Potenzial erkennt und die Einführung neuer Tools fördert.

4.1 Wie man das „Warum“ hinter der Veränderung erklärt

Vorgeschlagene Aktivität: *Organisieren Sie ein Kick-off-Meeting (30–60 Minuten) unter der Leitungsebene (ggf. auch mit den Tutor:innen), um dem Team Folgendes mitzuteilen:*

- Warum eine digitale Transformation durchgeführt wird
- Was die Ziele sind (z. B. effizienteres Arbeiten, Fehlerreduzierung, Angebot neuer Dienstleistungen)
- Welche Tools eingeführt werden und wann
- Wie jeder Einzelne zu diesem Prozess beitragen kann

Praktische Unterstützung: *Verwenden Sie eine einfache Folie, ein Whiteboard oder ein ausgedrucktes Arbeitsblatt mit drei wichtigen Fragen:*

1. Was wird sich in den nächsten 3 Monaten an meiner Arbeit ändern?
2. Was kann ich lernen oder verbessern?
3. Was brauche ich, um mich dieser Veränderung zu stellen?

4.2 Wie man eine digitale Ansprechperson ernennt

Wer kann der:die digitale Referent:in sein?

- Eine jüngere Person mit grundlegenden digitalen Kenntnissen
- Ein Mitglied des Verwaltungsteams mit organisatorischem Geschick
- Auch eine motivierte Nachwuchskraft oder eine lernwillige Person in Ausbildung

Aufgaben der Ansprechperson:

- Als Bindeglied zwischen Führungsebene, Team und Lieferanten fungieren
- Befolgung des Betriebsplans und Aktualisierung des Fortschritts
- Unterstützung bei der täglichen Nutzung neuer Tools (CRM, Cloud, Verwaltungssoftware)

Hilfreiche Maßnahme: Aufgaben, Zeitaufteilung und Kommunikationsmittel klar definieren (z. B. wöchentliche Checkliste, WhatsApp-Gruppe, gemeinsamer Ordner).

4.3 Organisation von Mitarbeiterschulungen

Empfohlene Methoden:

- Mikro-Schulungen: kurze Schulungen (30–60 Minuten) während der Arbeitszeit
- Lernen am Arbeitsplatz: Lernen durch direkte Nutzung des Tools
- Mini-Video-Tutorials oder Anleitungen: von dem:der Tutor:in erstellt oder online bezogen (YouTube, öffentliche Plattformen)
- Unterstützung durch Kolleg:innen: Erfahrenere Mitarbeitende helfen weniger selbstbewussten Kolleg:innen

Praktische Beispiele für Inhalte:

- Anmelden und Verwenden einer Cloud-Plattform
- Erstellen eines digitalen Angebots
- Wie man Passwörter verwaltet und Unternehmensdaten schützt

4.4 Umgang mit Widerständen

Häufige Arten von Widerständen:

- Angst, nicht fähig zu sein
- Überzeugung, dass „es nicht notwendig ist“ oder „jetzt nicht der richtige Zeitpunkt ist“
- Die Wahrnehmung, dass Digitalisierung mehr Arbeit oder mehr Verwirrung bedeutet

Wie man darauf reagiert:

- Schrittweise einbeziehen
- Hören Sie sich die Bedenken an und feiern Sie kleine Erfolge
- Zeigen Sie konkrete Vorteile auf: weniger Fehler, weniger Papier, mehr Zeit für wertvolle Aufgaben

4.5 Erwartete Ergebnisse

- Kick-off-Meeting mit mindestens 60 % des Teams
- Digitale:r Referent:in mit klaren Verantwortlichkeiten benannt
- Mindestens eine Schulungsmaßnahme abgeschlossen (formell oder informell)
- Feedback zu den Wahrnehmungen der Mitarbeitende gesammelt (auch informell)
- Verbessertes Arbeitsklima in Bezug auf digitale Themen

5. Sicherheit, Datenschutz und Geschäftskontinuität

Ziel

Unterstützung bei der Einführung grundlegender Maßnahmen zur digitalen Sicherheit und zum Datenschutz, um den Schutz von Daten, die Ausfallsicherheit von Systemen und die Geschäftskontinuität im Falle unerwarteter Ereignisse oder Cybervorfälle zu gewährleisten.

5.1 Checkliste für grundlegende Cybersicherheit

Jede Organisation und jedes Unternehmen sollte eine Reihe von Mindestsicherheitsmaßnahmen einführen, auch wenn die Ressourcen begrenzt sind:

Sicherheitsmaßnahme	Empfohlenes Tool/Tipp
Verwenden Sie sichere und unterschiedliche Passwörter	Verwenden Sie einen Passwort-Manager (z. B. Bitwarden, LastPass)
Regelmäßige Backups wichtiger Geschäftsdaten	Planen Sie wöchentliche automatische Backups (externe Festplatte oder Cloud)
Antivirus und Firewall auf allen Geräten	Selbst kostenlose Lösungen sind ausreichend, wenn sie regelmäßig aktualisiert werden
Aktivieren Sie die Zwei-Faktor-Authentifizierung (2FA)	Insbesondere für E-Mail, Online-Banking und Cloud-Plattformen
Beschränken Sie den Zugriff auf sensible Dateien	Nur autorisierte Mitarbeitende sollten Zugriff auf kritische Daten haben

Aufgabe des Tutors oder der Tutorin: Überprüfen Sie gemeinsam mit dem KMU/KMO, ob diese Elemente vorhanden sind; helfen Sie bei Bedarf bei der Erstellung einer einfachen Checkliste.

5.2 Datenschutz und DSGVO-Grundlagen

Was jedes KMU/KMO wissen sollte:

- Wenn das Unternehmen Kund:innen-, Lieferanten- oder Mitarbeitendendaten speichert, gilt die DSGVO.
- Es ist erforderlich:
 - Benutzer:innen darüber zu informieren, wie ihre Daten verwendet werden (Datenschutzerklärung)
 - Daten sicher und nur so lange wie nötig zu speichern
 - eine Person für die Datenverwaltung zu benennen, auch informell
 - Aufzeichnungen über die Datenverarbeitungsaktivitäten führen (eine einfache Excel-Tabelle kann ausreichen)

Häufig zu überprüfende Bereiche:

- Kontaktformulare auf der Website
- Kunden-E-Mail-Listen
- Rechnungen und archivierte Verträge
- Richtlinien für Cloud-Speicher und Zugriff

Empfohlene Tools:

- Grundlegende Vorlagen für Datenschutzrichtlinien (erhältlich bei lokalen Wirtschaftsverbänden oder Handelskammern)
- Schulungsvideos zur DSGVO für Kleinunternehmen (online verfügbar, auch in der Landessprache)

5.3 Geschäftskontinuitätsplan

Unerwartete Ereignisse (z. B. Stromausfälle, Cyberangriffe, Datenverlust) können den Betrieb unterbrechen. Ein einfacher Kontinuitätsplan hilft dabei, sich schnell wieder zu erholen.

Wichtige Elemente eines grundlegenden Plans:

- Was ist zu tun, wenn der Internetzugang oder der Serverzugang ausfällt?
- An wen ist sich zu wenden (IT-Anbieter, interne Kontaktperson)
- Wo werden Datenbackups gespeichert und wie kann man darauf zugreifen?
- Welche Aktivitäten manuell oder offline fortgesetzt werden können
- Wie das Problem bei Bedarf an Kund:innen oder Lieferanten kommuniziert wird

Support-Ergebnis: Ausfüllbare Vorlage mit:

- Notfallkontaktliste
- Beschreibung der wichtigsten Systeme
- Schritt-für-Schritt-Anleitung zur Wiederherstellung des Betriebs
- Internes Kommunikationsprotokoll

5.4 Erwartete Ergebnisse

- Ausgefüllte Checkliste für Sicherheit und Datenschutz
- Interne Festlegung der Verantwortlichen für Daten und Backups
- Datenschutzerklärung vorhanden oder aktualisiert
- Business-Continuity-Plan in einfachem, klarem Format erstellt

6. Messung der Ergebnisse und kontinuierliche Verbesserung

Ziel

Führungskräften ermöglichen, die tatsächlichen Auswirkungen ihrer Bemühungen zur digitalen Transformation zu bewerten, Probleme zu identifizieren, Erfolge zu feiern und die Strategie im Laufe der Zeit durch einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess anzupassen, der auch für kleine Unternehmen und Organisatio zugänglich ist.

6.1 Was „Messung“ in der Digitalisierung von KMU/K MO bedeutet

- Es sind keine komplexen Systeme erforderlich: Ein paar einfache, klare und regelmäßige Indikatoren reichen aus.
- Die Messung muss entscheidungsorientiert sein: Wenn eine Maßnahme keine Ergebnisse liefert, sollte sie geändert, ausgesetzt oder ersetzt werden.
- Die Messung sollte die Personen einbeziehen, die die Arbeit ausführen: Mitarbeiter:in, interne Referent:in, Berater:in.

6.2 So wählen Sie die richtigen Indikatoren (KPIs) aus

1. Richten Sie sich nach Ihren strategischen Zielen

Beispiele::

- Ziel: Verbesserung der Kund:innenbeziehungen → KPI: Anzahl der monatlichen Nachfassaktionen über CRM
- Ziel: Steigerung der Online-Verkäufe → KPI: monatliche E-Commerce-Bestellungen
- Ziel: Fehler reduzieren → KPI: Anzahl der Fehler bei Lieferscheinen oder Rücksendungen pro Monat

2. Stellen Sie sicher, dass sie mit den verfügbaren Tools messbar

sind

- CRM: Anzahl der verwalteten Kontakte
- Website: Traffic, Formularübermittlungen (über Google Analytics)
- ERP: durchschnittliche Auftragsabwicklungszeit, Anzahl automatisierter Bestellungen
- Excel oder Umfragen: Kund:innenzufriedenheit oder Team-Feedback

Beispiele für Mindest-KPIs für KMU

Bereich	Beispiel-KPI	Häufigkeit
Kund:innenbeziehungen (CRM)	Anzahl der bearbeiteten neuen Kontakte	Monatlich
Vertrieb & Marketing	Website-Anfragen über Formulare	Monatlich
Betrieb (ERP)	Durchschnittliche Bearbeitungszeit für Bestellungen	Vierteljährlich
Qualitätskontrolle	Anzahl der Fehler in den Lieferunterlagen	Monatlich
Mitarbeiterentwicklung	Anzahl der digital geschulten Mitarbeiter	Vierteljährlich

6.3 So erstellen Sie ein einfaches Dashboard

- Verwenden Sie Excel oder Google Sheets
- Erstellen Sie eine Tabelle mit: KPI | Zielwert | Ist-Wert | Differenz | Anmerkungen
- Fügen Sie Farbcodes hinzu: grün = Ziel erreicht/übertroffen, gelb = Ziel fast erreicht, rot = Ziel nicht erreicht
- Regelmäßig aktualisieren (monatlich oder alle zwei Monate)

6.4 Kontinuierlicher Verbesserungsprozess

1. Überprüfungsintervalle festlegen

- Monatlich: operative Aktualisierungen
- Vierteljährlich: strategische Überprüfung mit Tutor:in oder digitale Ansprechperson

2. Vergleichen Sie die erwarteten mit den tatsächlichen Ergebnissen

- Wenn eine Maßnahme funktioniert: Konsolidieren und ausweiten
- Wenn sie nicht funktioniert: Grund finden (Tool-Design, Schulungslücke, Prozessproblem) und anpassen

3. Dokumentieren Sie die gewonnenen Erkenntnisse

- Halten Sie Herausforderungen, Lösungen und bewährte Verfahren fest
- Beziehen Sie die Mitarbeitende ein: Sammeln Sie Feedback dazu, was funktioniert und was verbessert werden könnte

6.5 Erwartete Ergebnisse

- KPI-Dashboard mindestens alle zwei Monate aktualisieren
- Strategieanpassungen auf der Grundlage von Daten
- Vereinfachter Bericht (Tabellenformat ist ausreichend) über Ergebnisse und getroffene Entscheidungen

7. Zukünftige Entwicklung und Nachhaltigkeit der Transformation

Ziel: Unterstützung von Führungskräften dabei, die digitale Transformation über das erste Jahr hinaus zu verlängern und zu einem kontinuierlichen und nachhaltigen Prozess zu machen, der auf zukünftige Entwicklungen, Marktveränderungen und Wachstums- und Finanzierungsmöglichkeiten abgestimmt ist.

7.1 Wie man über den 12-Monats-Horizont hinausblickt

Nach der ersten Implementierungsphase sollte sich das Unternehmen folgende Fragen stellen:

- Welcher Teil der Transformation kann erweitert oder vertieft werden?
- Welche neuen Bedürfnisse oder Chancen sind während des Prozesses entstanden?
- Welche Maßnahmen könnten Teil einer dreijährigen digitalen Vision werden?

Beispiele:

- Wenn das CRM funktioniert → es mit E-Mail-Marketing-Tools verbinden
- Wenn das ERP die Abläufe verbessert hat → erweitern Sie es auf Logistik und Rechnungsstellung
- Wenn E-Commerce aktiv ist → entwickeln Sie Strategien für digitales Storytelling oder Export

7.2 Wie kann langfristige Nachhaltigkeit sichergestellt werden?

Eine Transformation ist nachhaltig, wenn:

- Das Unternehmen oder die Organisation interne digitale Kompetenzen entwickelt, auch grundlegende
- Die Führungsebene oder digitale Referent:in Veränderungen in der Technologie und auf dem Markt beobachtet
- Jährlich wird ein Budget für digitale Innovationen bereitgestellt (auch für kleine).
- Partnerschaften mit digitalen Anbietern und Netzwerken werden langfristig gepflegt

Unterstützende Maßnahme: Erstellen Sie eine einfache Checkliste für „digitale Kontinuität“:

- Mindestens eine Person hält sich auf dem Laufenden (Veranstaltungen, Newsletter)
- Jährliches Budget für digitale Investitionen (auch nur 1.000–3.000 €)
- Mindestens eine Maßnahme pro Jahr zur Stärkung oder Erweiterung des Erreichten
- Teilnahme an einem Netzwerk (Verband, Inkubator, Cluster)

7.3 Wo Sie Unterstützung und Finanzierung finden

Beispiele für Möglichkeiten, die es zu beobachten gilt:

- Nationale oder regionale Digitalgutscheine
- Anreize der Handelskammer für Innovation und Weiterbildung
- Europäische Ausschreibungen und Kooperationsprojekte (z. B. Erasmus+, Horizon Europe)
- Öffentlich-private Partnerschaften (z. B. mit ITS, Universitäten oder digitalen Hubs)

Tools:

- Abonnieren Sie Newsletter zum Thema digitale Innovation für KMU (z. B. DIH, PID)
- Verfolgen Sie die Websites lokaler Wirtschaftsverbände
- Bitten Sie lokale Innovationsmakler:innen oder Berater:innen um Unterstützung

7.4 Erstellung einer mittelfristigen Roadmap

Erstellen Sie einen 12- bis 24-monatigen Fahrplan (eine Seite reicht aus) mit:

- Strategische Ausrichtung (z. B. „Verbesserung der B2B-Automatisierung“, „Stärkung der Cybersicherheit“)
- Geplante Maßnahmen
- Rollen und mögliche Finanzierungsquellen
- Regelmäßige Überprüfungszeitpunkte (z. B. alle 6 Monate)

7.5 Erwartete Ergebnisse

- Ein grundlegender Plan für die Kontinuität nach Projektende (2025–2026)
- Mindestens 2 zukünftige Maßnahmen identifiziert und geplant
- Eine digitale Budgetschätzung
- Verbindungen zu mindestens einer Unterstützungs- oder Finanzierungsquelle



Phase 5

Gewonnene Erkenntnisse

Die letzte Phase konzentriert sich auf die Konsolidierung der Ergebnisse, die Erfassung der gewonnenen Erkenntnisse und die Sicherstellung der Nachhaltigkeit. Der ordnungsgemäße Abschluss des Prozesses trägt dazu bei, Vertrauen aufzubauen und die Voraussetzungen für kontinuierliche Verbesserungen zu schaffen. Die Tutoren sollten die Reflexion fördern und die KMU ermutigen, Erfolge zu feiern.

Aktivität 5.1 Sammeln und Dokumentieren der Erfolgsgeschichte

Jeder digitale Transformationsprozess liefert wertvolle Erkenntnisse. Die Dokumentation von Erfolgsgeschichten hilft, andere KMU zu inspirieren und die Wirksamkeit des Tutoring- und Schulungskits zu demonstrieren. Die Geschichte sollte anfängliche Herausforderungen, umgesetzte Lösungen und messbare Ergebnisse enthalten. Fotos oder Erfahrungsberichte können die Erzählung bereichern und sie anschaulicher machen.

Aktivität 5.2 Kontinuierliche Verbesserung

Die digitale Transformation ist ein fortlaufender Prozess. KMU sollten ihre Strategien regelmäßig überprüfen und an neue Technologien und Marktbedingungen anpassen. Tutoren können Folgesitzungen anbieten, um den Fortschritt neu zu bewerten, neue Möglichkeiten zu identifizieren und weitere Innovationen zu unterstützen.

Aktivität 5.3 Feedback vom KMU/Unternehmer

Schließlich gewährleistet das Einholen von strukturiertem Feedback vom KMU oder Unternehmer die kontinuierliche Verbesserung des Tutoring- und Schulungskits. Kurze Umfragen oder Interviews können die wertvollsten Aspekte des Dienstes und Bereiche aufzeigen, die noch verbessert werden müssen. Diese Feedbackschleife garantiert, dass zukünftige Iterationen relevant und effektiv bleiben.

ANLAGE 1

EU-FÖRDERMÖGLICHKEITEN

Um die Priorität der Pilotprojekte zu unterstützen und eine Finanzierungsmöglichkeit zu finden, stellt das T&T KIT Informationen zu den folgenden nationalen und internationalen Ausschreibungen bereit:

ITALIEN

AUSSCHREIBUNG	BESCHREIBUNG BEDINGUNGEN	HÄUFIGKEIT	TYP	VERKNÜPFUNG 2025 CALL
Digitaler Transformationsfonds (PNRR)	Fonds zur Unterstützung innovativer Start-ups und KMU für digitale Investitionen (KI, Cybersicherheit, ERP, Cloud). Ablauf 30. Juni 2026 (CSMT)	Einmalig	Zuschuss + Eigenkapital	https://www.csmt.it/it/bandi
Digitaler Wandel SIMEST (PNRR)	Vergünstigte Finanzierung + verlorener Zuschuss bis zu 40 % im Süden, 25 % im übrigen Italien für digitale Ausgaben und Internationalisierung. Kontinuierliche Bearbeitung	Kontinuierlich	Darlehen + Zuschuss	https://www.simest.it/.../transizione-digitale/
Invitalia – Digitale Transformation	Finanziamenti agevolati e a fondo perduto per trasformazione digitale di PMI e PMI innovative. Fino esaurimento risorse	Laufend	Darlehen + Zuschuss	https://www.invitalia.it
EFRE – Kohäsionsfonds 2021-2027	Mittel für die Digitalisierung von KMU durch regionale Programme EFRE, EU-Kofinanzierung, variabler Betrag	Mehrjährig	EU-Zuschuss	Siehe regionale EFRE-Portale

PORTUGAL

AUSSCHREIBUNG	BESCHREIBUNG BEDINGUNGEN	HÄUFIGKEIT	TYP	VERKNÜPFUNG 2025 CALL
Acelerar o Norte	Projekt, in dessen Rahmen die Digitalisierungsreife von KMU diagnostiziert wird und diese Zugang zu Gutscheinen erhalten, um sie beim Digitalisierungsprozess zu unterstützen			
Digitale Handelsviertel	Ziel ist es, eine E-Commerce-Plattform zu schaffen, die kleine Unternehmen zusammenbringt, um einen Online-Shop zu betreiben.			
Emprego+digital	Unternehmer und Arbeitnehmer stärken			

SPANIEN

AUSSCHREIBUNG	BESCHREIBUNG BEDINGUNGEN	HÄUFIGKEIT	TYP	VERKNÜPFUNG 2025 CALL
HAZITEK	Unterstützung der Durchführung von Projekten der industriellen Forschung oder experimentellen Entwicklung, sowohl wettbewerbsorientierter als auch strategischer Art, im Unternehmenssektor der Autonomen Gemeinschaft Baskenland und in den Spezialisierungsbereichen, die im neuen Wissenschafts- und Technologieplan des Baskenlandes 2030 (PCTI 2030) festgelegt sind.	Januar (jährlich)	Personal und Material	Hazitek 2025. Apoyo a la I+D Empresarial - Ayudas SPRI
ELKARTEK	Unterstützung für die Durchführung von Verbundforschung durch die Forschungs-, Entwicklungs- und Innovationseinrichtungen, die dem baskischen Netzwerk für Wissenschaft, Technologie und Innovation angehören, in den Spezialisierungsbereichen, die im Plan für Wissenschaft, Technologie und Innovation des Baskenlandes 2030 festgelegt sind.	Januar (jährlich)	Personal und Material	Elkartek 2025. Apoyo a la investigación colaborativa - Ayudas SPRI
Fast Track Innobideak	Unterstützung für die Durchführung von Innovationsprojekten in den Spezialisierungsbereichen, die im Plan für Wissenschaft, Technologie und Innovation Euskadi 2030 festgelegt sind, und/oder die Durchführung von ergänzenden Maßnahmen, die für die Förderung von Innovation von entscheidender Bedeutung sind.	Januar (jährlich)	Personal und Material	https://www.spri.eus/es/ayudas/fast-track-innobideak/
AEI – Innovative Unternehmenszusammenschlüsse	Das Förderprogramm für innovative Unternehmenszusammenschlüsse (AEI) hat zum Ziel, die Wettbewerbsfähigkeit kleiner und mittlerer Unternehmen zu verbessern. Es subventioniert Projekte und Maßnahmen, die auf die Durchführung von technischen Machbarkeitsstudien abzielen, entweder einzeln durch die innovative Unternehmensgruppe oder durch die Zusammenarbeit mehrerer innovativer Unternehmensgruppen, sowie die Entwicklung innovativer digitaler Technologieprojekte durch die Zusammenarbeit mehrerer innovativer Unternehmensgruppen.	Juli (jährlich)	Personal aufwand	Portal de Ayudas del Ministerio de Industria y Turismo
BDIH Konexio	Unterstützung der Einbindung digitaler und nachhaltiger Technologien in die Konzeption und Entwicklung von Produkten und Dienstleistungen von Fertigungsunternehmen durch Projekte zur Machbarkeitsanalyse, Beratung und technische Begleitung zu den Vermögenswerten des Basque Digital Innovation Hub (BDIH) in den Bereichen flexible und kollaborative Robotik, additive Fertigung, Cybersicherheit, vernetzte Maschinen, fortschrittliche Materialien, medizinische Geräte und digitale Gesundheit sowie digitale Stromnetze.	Januar (jährlich)	Auslagerung von Dienstleistungen von Technologiezentren	https://www.spri.eus/es/ayudas/bdih-konexio/

AUSSCHREIBUNG	BESCHREIBUNG BEDINGUNGEN	HÄUFIGKEIT	TYP	VERKNÜPFUNG 2025 CALL
Ministerium für Unternehmen, Tourismus und Beschäftigung (DETE)	Das Ministerium für Unternehmen, Tourismus und Beschäftigung (DETE) finanziert und fördert unternehmensgeführte Innovationen durch eine Reihe von Programmen und Unterstützungsmaßnahmen, die von verschiedenen irischen Behörden durchgeführt werden. Das Ministerium bietet das Grow Digital Portal an, das die Möglichkeiten aufzeigt, die digitale Tools und Technologien Unternehmen bieten können, und neben Informationen zu potenziellen Unterstützungs-, Schulungs- und Finanzierungsmöglichkeiten auch Beratung anbietet.			
Enterprise Ireland	Enterprise Ireland ist die Unternehmensförderungsagentur der irischen Regierung, die in irische Unternehmen investiert und diese dabei unterstützt, zu wachsen und weltweit führend in ihrem Bereich zu werden. Enterprise Ireland bietet den Digital Discovery Grant an, der Unternehmen Anreize bieten und sie dabei unterstützen soll, neue digitale Technologien und Lösungen in ihren Betrieb einzuführen.			
Enterprise Ireland	Enterprise Ireland ist die Unternehmensförderungsagentur der irischen Regierung, die in irische Unternehmen investiert und diese dabei unterstützt, zu wachsen und weltweit führend in ihrem Bereich zu werden. Enterprise Ireland bietet den Digital Discovery Grant an, der Unternehmen Anreize bieten und sie dabei unterstützen soll, neue digitale Technologien und Lösungen in ihren Betrieb einzuführen.			
Lokale Unternehmensbüros (LEOs)	Die Local Enterprise Offices (LEOs) in Irland sind ein Netzwerk von 31 Büros, die sich jeweils innerhalb einer lokalen Behörde befinden und als erste Anlaufstelle für Unternehmen dienen, die Unterstützung und Beratung suchen. Diese Büros bieten eine Reihe von Dienstleistungen an, um Unternehmer bei der Gründung und dem Wachstum von Unternehmen zu unterstützen, darunter finanzielle Unterstützung, Schulungsprogramme, Mentoring und Beratungsdienste. Der Grow Digital Voucher bietet kleinen und mittleren Unternehmen mit bis zu 50 Mitarbeitern finanzielle Unterstützung für die Einführung digitaler Technologien. Ein Bericht über ein digitales Projekt für Unternehmen muss innerhalb der letzten zwei Jahre erstellt worden sein.			
Lokale Unternehmensbüros (LEOs)	Die lokalen Unternehmensbüros (LEOs) in Irland sind ein Netzwerk von 31 Büros, die sich jeweils innerhalb einer lokalen Behörde befinden und als erste Anlaufstelle für Unternehmen dienen, die Unterstützung und Beratung suchen. Diese Büros bieten eine Reihe von Dienstleistungen an, um Unternehmer bei der Gründung und dem Wachstum von Unternehmen zu unterstützen, darunter finanzielle Unterstützung, Schulungsprogramme, Mentoring und Beratungsdienste. Insbesondere bieten sie digitale Tools, Schulungen und die Initiative „Digital for Business“ an, die bei der Analyse bestehender digitaler Systeme hilft.			

DEUTSCHLAND

AUSSCHREIBUNG	BESCHREIBUNG BEDINGUNGEN	HÄUFIGKEIT	TYP	VERKNÜPFUNG 2025 CALL
DigiWohl (Europäischer Sozialfonds Plus (ESF+))	Ein Förderprogramm unterstützt gemeinnützige Träger der Freien Wohlfahrtspflege bei der Entwicklung und Erprobung digitaler Lösungen in der sozialen Arbeit. Ziel ist es, digitale Ansätze stärker in die direkte Arbeit mit Klientinnen zu integrieren. Dabei sollen sowohl die Bedarfe der Nutzerinnen als auch die Voraussetzungen der Mitarbeitenden berücksichtigt werden, um soziale Dienstleistungen zukunftsfähig zu gestalten.	Sommer 2025 und ggf. verlängert	Personal und Material	https://www.esf.de/portal/DE/ESF-Plus-2021-2027/Foerderprogramme/bmfsfj/digiwohl.html
INQA-Coaching	Das INQA-Coaching Programm, verantwortet vom BMAS, unterstützt Organisationen und Unternehmen dabei, sich zukunftssicher aufzustellen. Es hilft insbesondere bei der Digitalisierung und Modernisierung von Arbeitsprozessen. Fördermöglichkeiten für digitale Vorhaben umfassen unter anderem eine Analyse der Ausgangssituation und konkrete Handlungspläne zur digitalen Transformation, die durch externe Coaches begleitet werden	jederzeit	Beratung	https://www.esf.de/portal/DE/ESF-Plus-2021-2027/Foerderprogramme/bmas/inqa-coaching.html

EUROPE

AUSSCHREIBUNG	BESCHREIBUNG BEDINGUNGEN	HÄUFIGKEIT	TYP	VERKNÜPFUNG 2025 CALL
Erasmus+	Erasmus+ ist das größte Bildungsprogramm der EU. Erasmus+ verfügt bis 2027 über ein Gesamtbudget von 26,5 Milliarden Euro zur Unterstützung von Projekten in den Bereichen allgemeine und berufliche Bildung sowie Jugend und Sport. Erasmus+ fördert unter anderem Projekte, die den Einsatz digitaler Technologien in der Bildung fördern und digitale Kompetenzen stärken. Weitere Informationen finden Sie auf der Website der Europäischen Kommission.	2021–2027	Personal und Materialien	Erasmus+
Programm „Digitales Europa“	Das Förderprogramm wurde für den Förderzeitraum 2021–2027 neu eingerichtet und verfügt über ein Budget von rund 7,6 Milliarden Euro. Ziel des Programms ist es, den digitalen Wandel von Wirtschaft und Gesellschaft in Europa zu unterstützen. Zu den konkreten Förderschwerpunkten gehören der Ausbau des Hochleistungsrechnens, die Entwicklung und Stärkung der künstlichen Intelligenz, Cybersicherheit sowie Projekte zur Verbesserung der digitalen Kompetenzen in Unternehmen und öffentlichen Verwaltungen. Weitere Informationen zum Programm „Digitales Europa“ finden Sie auf der Website der Europäischen Kommission.	2021–2027	Personal und Material	Digital Europe



Project number 2023-1-IT01-KA220-VET-000156018
with support from the European Commission.



Project Partners



Abruzzo





SMARTER

SMEs

Strategic Mindsets and Redesigned
Technological Environments Regenerate