



Mittelstand 4.0
Kompetenzzentrum
Lingen



DIGITALISIERUNGSPROJEKT

Quelle: W. Geiping GmbH & Co. KG

Von der analogen Kundenkarte zur Kunden-App

Ein Digitalisierungsprojekt mit der W. Geiping GmbH & Co. KG

Mittelstand-
Digital 

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



Quelle: W. Geiping GmbH & Co. KG

Geiping Bäckerei & Café

Das Unternehmen

Die Bäckerei W. Geiping GmbH & Co. KG ist ein mittelständisches Unternehmen aus dem südlichen Münsterland, welches derzeit rund 500 MitarbeiterInnen beschäftigt. 1954 hat die erste Filiale in Lüdinghausen eröffnet. Heute besitzt das Unternehmen 49 Filialen. Geschäftsführer Michael Geiping führt in vierter Generation das Familienunternehmen. Als Bäckerei und Café hat sich das Unternehmen im Münsterland fest etabliert.

Motivation und Zielstellung

„Wir wollen neue Mehrwerte für KundInnen schaffen. Besonders in der Corona-Pandemie zeigte sich, vor welchen Herausforderungen wir stehen“, so Michael Geiping. Es sei der ausbleibende Aufenthalt in den Filialen und der verkürzte Kundenkontakt seit der Corona-Pandemie, der für ein Umdenken sorgte. „Wir streben eine digitale Lösung an, mit der wir – auch nach Corona – näher an den KundInnen sind. Die individuellen Vorlieben und Wünsche jedes Einzelnen stehen dabei für uns im Vordergrund“, erzählt Michael Geiping über seine Intention zum Projekt. Die Zielstellung für dieses Projekt war es, eine

übersichtliche und praktikable Kunden-App zu entwerfen. Dabei ist ein vollumfängliches Konzept notwendig, welches sich aus der Analyse der internen Prozesse und einer Kundenbefragung ableitet. Die Erstellung des Konzepts steht dabei im Vordergrund.

„Das aktuell noch verwendete analoge Geiping-Kärtchen – zum Punkte sammeln und bezahlen – soll abgelöst werden durch die digitale Kundenkarte in Form einer Kunden-App“, berichtet Michael Geiping über das Vorhaben.

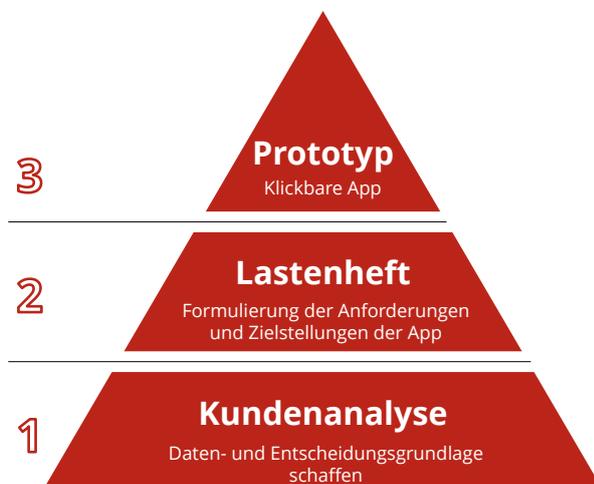
Die Umsetzung

Die Umsetzung kann in drei Ebenen unterteilt werden. Zu Beginn war es erforderlich, eine Kundenanalyse durchzuführen sowie auszuwerten. Dies stellt die erste Ebene dar. Die Sammlung von Anforderungen für die Kunden-App stellt die zweite Ebene der Umsetzung dar. Ein solcher Anforderungskatalog konnte aus den Kundenumfragen, aber auch durch eine Beobachtung der Wettbewerber abgeleitet werden. Als dritte Ebene kann die Visualisierung in Form eines klickbaren Prototypen genannt werden. Die Entwicklung eines Prototypen war Ziel für die dritte Ebene.



Quelle: W. Geiping GmbH & Co. KG

Drei Ebenen der Umsetzung



Die drei Ebenen vereinfacht als Pyramide dargestellt. Die Ebenen greifen zum Teil zeitlich ineinander.

Ebene 1: Kundenanalyse durchführen

Zunächst ist eine Kundenumfrage erstellt worden. Dabei leitete das Projektteam Bedürfnisse und Anforderungen an eine solche Umfrage ab. Die Umfrage beinhaltete überwiegend Fragen, bei denen KundInnen vorformulierte Antwortmöglichkeiten auswählen konnten. Dies ermöglichte

eine quantitative Auswertung und die damit einhergehende vereinfachte Datenauswertung sowie eine schnellere Interpretation. Zum Beispiel sind KundInnen nach ihrem Interesse an einer digitalen Kundenkarte und nach ihrem favorisierten Bezahlfahren befragt worden. Geiping schaltete in einem Erhebungszeitraum von drei Wochen die Kundenumfrage über die Unternehmenswebseite und die sozialen Netzwerke frei.

Ursprünglich war eine Kundenumfrage in den einzelnen Filialen geplant, jedoch verwarf Geiping diesen Gedanken. Darüber hinaus gestaltete sich eine Flyerausgabe in den Filialen aufgrund der Corona-Pandemie als schwierig. Insgesamt haben mehr als 100 KundInnen an der Umfrage teilgenommen.

Die erhobenen Daten werden im nächsten Schritt um Inhalte aus der Literatur ergänzt. So wurde zum Beispiel in der Literatur immer wieder auf spielerische Elemente, sogenannte „Gamification“-Elemente für Kunden-Apps hingewiesen.

Tipp: Ergebnisse einer Befragung durch Literatur ergänzen

- ▶ Die Kombination aus Befragung und theoretischen Inhalten lässt eindeutigere Ergebnisse erwarten
- ▶ Die Daten lassen sich besser interpretieren
- ▶ Beispiel aus der Literatur: Gamification-Elemente; ein psychologischer Mechanismus, welcher die Motivation der NutzerInnen bei der App-Nutzung steigert, indem spielerisch Erfolge erreicht und Belohnungen freigeschaltet werden

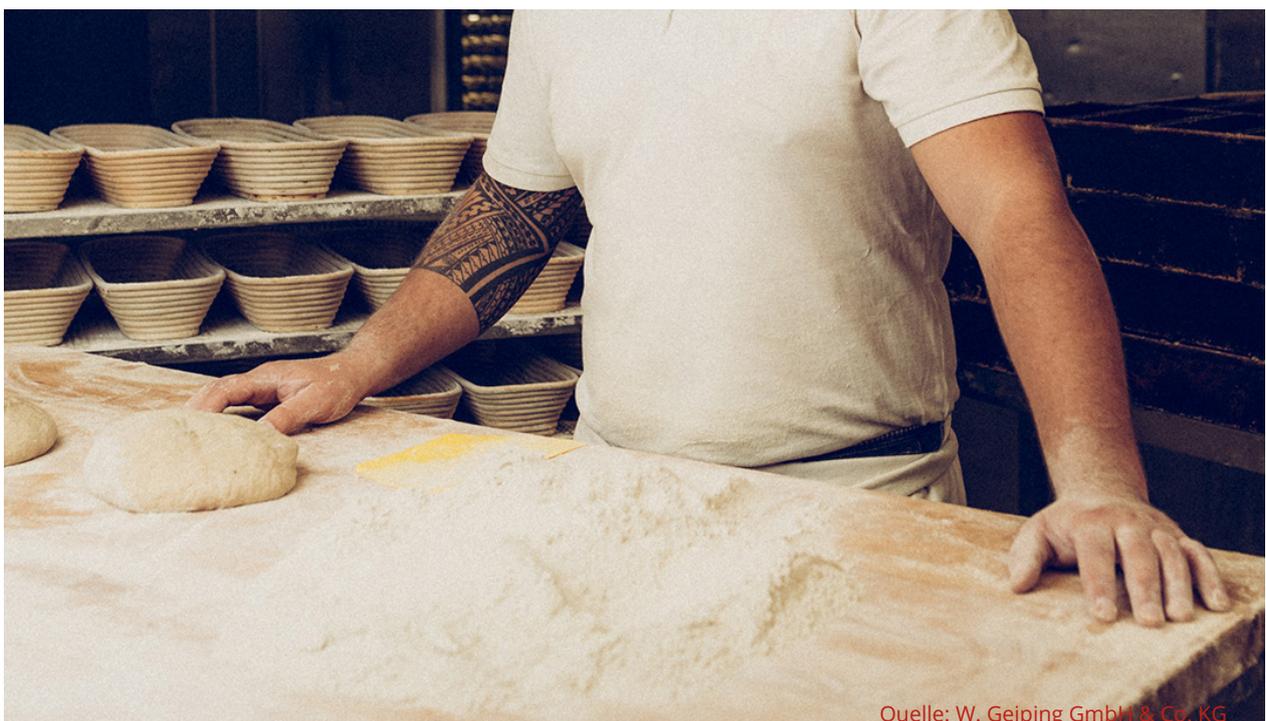
Darüber hinaus ist eine Konkurrenz- und Marktanalyse durchgeführt worden, welche zeitgleich zur Kundenumfrage stattfand. Dabei recherchierte das Team, inwiefern Bonusprogramme und Kunden-Apps bei der

Konkurrenz in der Region eingesetzt werden. Um sich einen Überblick über die Konkurrenz und den gesamten Markt zu verschaffen, wurden ebenfalls Bonusprogramme anderer Einzelhändler berücksichtigt. Im Rahmen der Nutzbarkeit, Umsetzbarkeit und des Designs wurden diese Daten dann bewertet.

Wenngleich eine Konkurrenz- und Marktanalyse nicht unmittelbar Bestandteil der Kundenanalyse ist, war dieser Schritt überaus sinnvoll, um weitere Erkenntnisse zu sammeln.

Ebene 2: Lastenheft erstellen

Ein Lastenheft ist eine Zusammenstellung von Anforderungen für ein technisches Produkt und bildet die Basis eines Konzepts. Neben Anforderungen werden außerdem Zielvorstellungen skizziert. Geiping hat sich bei der Konkretisierung einer Kunden-App für ein Lastenheft entschieden. Ein solcher Anforderungskatalog erleichtert dem Auftraggeber, aber auch dem Auftragnehmer, also dem technischen Dienstleister, der die App „umsetzt“, die spätere Zusammenar-



Quelle: W. Geiping GmbH & Co. KG



Quelle: W. Geiping GmbH & Co. KG

beit. „Ein Lastenheft hilft uns dabei, unsere Idee einer Kunden-App zu strukturieren und Dinge wie den Produkteinsatz, Produktfunktionen und Qualitätsanforderungen zu kommunizieren“, so Michael Geiping.

In einer gemeinsamen Arbeitsphase wurden mithilfe der Auswertung Anforderungen in Form eines Lastenhefts für die Kunden-App definiert und hinsichtlich der Prioritäten sortiert. Die Kernfunktion stellt eine Kundenkarte dar, in der Rabatte angezeigt, genutzt und im Blick behalten werden können. Gamification-Elemente in Form eines Quiz sollen als Nebenfunktion eingesetzt werden, sodass zusätzlich Daten über beispielsweise bevorzugte Inhaltsstoffe oder Produkte generiert werden. Ergebnisse aus der Kundenumfrage sowie der Konkurrenz- und Marktanalyse dienen als Entscheidungsgrundlage. Außerdem bestimmte das Projektteam in weiteren Besprechungen und Diskussionen strategisch Kern- oder Nebenfunktionen.

Ebene 3: Prototyp entwickeln

Parallel zum Lastenheft wurde ein klickbarer Prototyp erarbeitet, welcher eine erste Darstellung der Kunden-App mit vorprogrammierten Pfaden visualisiert. Prototypen machen die Ideen erst für alle Beteiligten greifbar. Außerdem können Funktionen erprobt und auf ihre Anwendbarkeit hin überprüft werden. Sowohl das Lastenheft als auch der Prototyp können als zentrales Ergebnis des Projekts erachtet werden.

Als mögliche vierte Ebene können weitere strategische Überlegungen genannt werden. Anhand einer datengetriebenen Funktion sollen KundInnen eine personalisierte Produktansicht und Angebote erhalten. Die personalisierte Ansprache könnte beispielsweise durch eine in Kacheln dargestellte Produktansicht erfolgen, welche die Prioritäten der KundInnen anzeigt und je nach Kaufverhalten neu sortiert und analysiert.



Quelle: Bäckerei Geiping GmbH & Co. KG

Herausforderungen und Fazit

Was forderte Geiping heraus?

Im Verlauf des Projekts sah sich die Bäckerei Geiping immer wieder mit verschiedenen Herausforderungen konfrontiert. Die Vorgehensweise bei der Kundenumfrage stellte dabei die größte Herausforderung dar.

Aufgrund der aktuellen Corona-Lage wurde auf eine Flyer-Auslage in den Filialen verzichtet und auf eine Online-Kundenumfrage gesetzt. Dadurch besteht die Möglichkeit, dass die Daten verzerrt dargestellt werden, da mit der Online-Kundenumfrage nur KundInnen mit einer hohen digitalen Affinität angesprochen werden.

Die Integration einer solchen Kunden-App in die bestehende Systemlandschaft eines Unternehmens ist noch dazu eine umfangreiche Aufgabe, welche viele Hindernisse birgt. Ein gutes Schnittstellenmanagement ist daher unabdingbar und für die Zukunft relevant.

Fazit

Durch die Zusammenarbeit mit dem Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Lingen konnten neue Impulse gegeben werden, so zum Beispiel durch die Einbeziehung theoretischer Inhalte bei der Kundenanalyse oder die zusätzliche Durchführung einer Konkurrenz- und Marktanalyse. Das Projekt wurde stetig von der Frage begleitet, inwieweit KundInnen dazu motiviert werden können, die Kunden-App herunterzuladen und zu nutzen. Diese Frage stellt sich auch noch nach Ende des Projektes. Mithilfe der durchgeführten Kundenanalyse und durch weitere Überlegungen im Team kann auf diese Frage in jedem Fall eine Antwort gefunden werden.

Geschäftsführer Michael Geiping ist sich sicher: „Die Digitalisierung schreitet auch im Lebensmittelhandwerk mit großen Schritten voran. Für uns war das Projekt ‚Kunden-App‘ ein wichtiger Meilenstein und hat uns in der Digitalisierung erheblich nach vorne gebracht.“

Platz für Ihre Notizen:



Mittelstand 4.0

Kompetenzzentrum Lingen

Das Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Lingen

Technologischer Fortschritt, kurze Veränderungszyklen und das Streben nach digitaler Wertschöpfung stellen Unternehmen zunehmend vor die Herausforderung, sich diesen Veränderungen anzupassen.

Hier setzt das Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Lingen an. Es befähigt Unternehmen, die Entwicklung smarter Produkte, digital vernetzbarer Dienstleistungen und digitaler datengetriebener Geschäftsmodelle voranzutreiben.

Das Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Lingen gehört zu Mittelstand-Digital.

Was ist Mittelstand-Digital?

Mittelstand-Digital informiert kleine und mittlere Unternehmen über die Chancen und Herausforderungen der Digitalisierung. Die geförderten Kompetenzzentren helfen mit Expertenwissen, Demonstrationszentren, Best-Practice-Beispielen sowie Netzwerken, die dem Erfahrungsaustausch dienen.

Das Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK) ermöglicht die kostenfreie Nutzung aller Angebote von Mittelstand-Digital.

Der DLR Projektträger begleitet im Auftrag des BMWK die Kompetenzzentren fachlich und sorgt für eine bedarfs- und mittelstandsgerechte Umsetzung der Angebote. Das Wissenschaftliche Institut für Infrastruktur und Kommunikationsdienste (WIK) unterstützt mit wissenschaftlicher Begleitung, Vernetzung und Öffentlichkeitsarbeit.

Weitere Informationen finden Sie unter www.mittelstand-digital.de

Impressum

Verleger:

Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Lingen
c/o IT-Dienstleistungsgesellschaft mbH Emsland
Geschäftsführer:
Dipl.-Inform. Michael Schnaider
Kaiserstraße 10b
49809 Lingen

T 0049/ 591/ 80 76 980
F 0049/ 591/ 80 76 989
E info@it-emsland.de

Sitz: Lingen (Ems)

Reg.-G: Amtsgericht Osnabrück, HBR: 100772
Ust-IdNr gem. § 27a UStG.: DE 220043875

Für den Inhalt Verantwortliche gem. § 55 II RStV:

European Research Center for Information Systems
(ERCIS)
Prof. Dr. Dr. h.c. Dr. h.c. Jörg Becker
Leonardo-Campus 3
48149 Münster

T 0049/ 251/ 83 38 100
F 0049/ 251/ 83 38 109

Layout und Text:

Dayna Heiß
Sascha Baden

Stand:

Februar 2022