Magazin der Gesellschaft für innovative Beschäftigungsförderung des Landes Nordrhein-Westfalen *Mai 2019*

G.I.B.INFO 2_19

Jugendberufsagenturen

Digitale Excellence NRW • Hannover Messe 2019 • Interview Florian Fiedler (Theater Oberhausen) • Equal Pay • Digitalisierung im Modeatelier Szoltysik • Internationale Förderklassen in Essen • Familienlotsinnen • Kommunale strategische Sozialplanung • Interview Gabriele Schmidt (MAGS NRW)

G.I.B. NRW.
Gesellschaft für innovative
Beschäftigungsförderung mbH

Digitalisierung nach Maß

Ein Modeatelier in Hagen leitet die digitale Transformation ein

Das traditionsreiche Handwerk des Maßschneiderns befindet sich im Umbruch. In Zeiten von Billigmode aus Fernost und dem bequemen Shoppen übers Internet haben es kleine traditionelle Maßschneidereien schwer. Wie konkurrenzfähig sind sie in unserer globalisierten und digitalisierten Welt noch? Ein Blick nach Hagen in das Modeatelier von Inge Szoltysik zeigt, dass traditionelle Handwerkskunst und Digitalisierung zusammenpassen können wie Nadel und Faden. Sofern man offen für Veränderungen und Unterstützung von außen ist. Diese bietet das Förderprogramm unternehmensWert:Mensch plus (uWM plus) des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales an.

Tradition schützt nicht vor Veränderung

„Man kann sich dem Thema Digitalisierung nicht entziehen", so bringt die Schneidermeisterin und Vorsitzende des Bundesverbandes des Maßschneiderhandwerks Inge Szoltysik, die Notwendigkeit für traditionelle Handwerksbetriebe, sich der Thematik zu öffnen auf den Punkt. Tradition schützt nicht vor Veränderung. Das gilt auch für die Modebranche und im Speziellen für Maßschneidereien. Denn die Kundschaft, die sich ihre Kleidung nach Maß anfertigen lässt, wird älter und kleiner. „Das Klientel im Maßkundengeschäft hat sich stark ver-

Inge Szoltysik, Inhaberin des gleichnamigen Modeateliers und Vorsitzende des Bundesverbandes des Maßschneiderhandwerks

ändert. Unsere Zielgruppe in diesem Segment ist heute zwischen 70 und 80 Jahren alt. Diese werden auf absehbare Zeit nicht mehr unsere Kunden sein", so Szoltysik. Umso entscheidender sei es, auch jüngere Generationen zu erreichen. Und zwar nicht nur als Kunden, sondern auch als potenzielle Fachkräfte für den eigenen Betrieb. Denn das Interesse junger Menschen an der Berufsgattung Maßschneider hat stark nachgelassen. Entschieden sich 2006 noch 1.386 junge Menschen für eine Ausbildung zum Maßschneider, waren es 2017 nur noch 679.[1] Szoltysik sieht in der Digitalisierung die Chance, zwei Fliegen mit einer Klappe zu schlagen: „Zum einen können wir mit der Verwendung hochmoderner Nähmaschinen und digitalisierter Arbeitsprozesse ein attraktiver Arbeitgeber für Nachwuchskräfte sein – denn junge Leute wollen nicht in einem Betrieb mit angestaubtem Image lernen und arbeiten. Zum anderen können wir über digitale Medien auch jüngere Kunden gewinnen." So zum Beispiel über einen Onlineshop, den Szoltysik und ihr Team noch in Eigenregie aufbauten. Um diesen jedoch effizienter nutzen zu können und die Digitalisierung der Arbeitsprozesse aktiv voranzutreiben, suchte sich die Schneidermeisterin Hilfe von außen.

Szoltysik hat mit ihrem Atelier bereits an verschiedenen arbeitsmarktpolitischen Projekten mitgewirkt und Förderangebote genutzt.

Hans-Jürgen Dorr von der Unternehmensberatung d-ialogo unterstützt kleine und mittlere Unternehmen (KMU) insbesondere rund um das Thema „Demografischer Wandel". Bei einem Projekt zu betrieblichem Lernen und der Förderung von Kompetenzentwicklung kreuzten sich die Wege von Szoltysik und Dorr. Seitdem ist Szoltysik mit ihrem Atelier stets offen für Veränderungen. „Gemeinsam haben wir verschiedene Projekte zum Thema Arbeitsfähigkeit und demografische Entwicklung erarbeitet. Für mich als Berater war es angenehm mit einem kleinen Betrieb zu arbeiten, dessen Inhaberin und Beschäftigte sich aktiv an der Entwicklung von Prozessen beteiligen", erinnert sich Dorr an den gemeinsamen Weg. Die Ausrichtung des Ateliers für die Zukunft führte die beiden erneut zusammen. Im Rahmen des Förderprogramms uWM plus begleitete Dorr den Betrieb von Szoltysik über einen Zeitraum von sechs Monaten.

Maßschneidern 4.0 – mit Nadel und Faden ins digitale Zeitalter

Den zeitlichen Rahmen und den Aufbau der Beratung gibt uWM plus vor. Im Fall des Modeateliers Inge Szoltysiks gestaltete sich das wie folgt: Zunächst wurden die Fördervoraussetzungen und das Vorhaben in einer Erstberatungsstelle besprochen. Nach dem Auftakt im Betrieb und der Konkretisierung der Herausforderungen bildete das sogenannte Lab-Team den Mittelpunkt des 6-monatigen Lern- und Experimentierraums. In drei jeweils vierwöchigen Arbeitsphasen wurden gemeinsam Ergebnisse erzielt, die im Anschluss bewertet und aufbereitet wurden. Während der drei Arbeitsphasen hat sich das Modeatelier mit folgenden Schwerpunkten beschäftigt: Ausbau des Onlineshops, Erstellung eines Onlinekalenders und Produktion von Video-Tutorials. Der beteiligungsorientierte Ansatz von uWM plus dient dazu, dass die Erfahrungen aller einfließen können und dass alle an der Entwicklung und anschließenden Umsetzung der Maßnahmen in die Praxis beteiligt werden.

Wichtigstes Ziel bei der Optimierung des Onlineshops war es, ihn so zu gestalten, dass sich junge nähbegeisterte Kunden angesprochen fühlen. Hierbei waren vor allem die jüngeren Mitarbeitenden in Szoltysiks Team gefragt: „Die jungen Mitarbeitenden sind digital aufgewachsen, bewegen sich wie selbstverständlich in sozialen Netzwerken und wissen, wie man mit ihresgleichen kommuniziert. Das ist für die Kundenansprache eines Unternehmens äußerst wertvoll", so Dorr. Schnell fanden sich in der Belegschaft interne „Experten", die gemeinsam mit dem ganzen Arbeitsteam die Entwicklung des Onlineshops vorantrieben. Dazu führten sie eine übersichtlichere und optisch ansprechende Bedienoberfläche ein und fügten eine Vielzahl neuer Produkte hinzu. Die entscheidende Veränderung für den Onlineshop stellt die Verknüpfung mit dem Einsatz sozialer Medien dar. Mit den Auftritten auf Instagram, Facebook und Co richtet sich das Atelier neben dem bestehenden Stammklientel im Maßkundengeschäft heute gezielt an ein junges modeaffines Publikum, das außerhalb des Internets gar nicht zu erreichen wäre. „Einen Großteil meiner Kunden kenne ich heute nicht persönlich. Zwar kommen noch einige aus dem lokalen Umfeld ins Atelier, um Maß nehmen zu lassen. Doch die Mehrheit unserer Kunden kauft über den Onlineshop – deutschland- und europaweit", so Szoltysik. Mit Posts von neuen Kreationen über die sozialen Kanäle erzeugt das Modeatelier zudem Kundenwünsche. „Immer häufiger bekommen wir Anfragen von Kunden, die sagen, ich möchte genau das Kleid haben,

[1] https://de.statista.com/statistik/daten/studie/350700/umfrage/auszubildende-zum-massschneider-in-in-deutschland/

Hans-Jürgen Dorr, Unternehmensberatung d-ialogo

Volker Steinecke, Regionalagentur Märkische Region

das ich von ihnen auf Instagram gesehen habe. Social Media Marketing – von allen Beschäftigten entwickelt und mitgetragen – hilft uns enorm, Aufträge zu generieren", sagt Szoltysik.

Handlungsbedarf bestand auch in der Arbeitsorganisation. Da zuvor nur ein handelsüblicher Papierkalender im Atelier geführt wurde, kam es unter anderem immer wieder zu Abstimmungsproblemen bei Terminen – zum Beispiel Anprobetermine – und Arbeitszeiten. Denn die Inhaberin ist viel und oft über den Feierabend hinaus unterwegs. Für die Koordinierung von Terminen musste sie häufig Rücksprache mit dem Atelier halten – wenn denn, je nach Uhrzeit, überhaupt jemand erreichbar war. Szoltysik: „Eine Situation, die für mich und mein Team unbefriedigend war, da es den Arbeitsfluss unterbrach." Die Lösung ihres Teams: ein Onlinekalender. Auf diesen können nun alle jederzeit über eine App zugreifen. Und nebenbei schafft er flexiblere Arbeitszeiten: Mit einem Blick aufs Smartphone sieht man, ob das Atelier ausreichend besetzt ist. So kann man morgens auch mal später zur Arbeit, falls man spontan verhindert ist. „Von zentraler Bedeutung war der gemeinsame Entwicklungsprozess; zu Beginn dieser Arbeitsphase waren einige der Teammitglieder nicht nur begeistert von dieser Idee, da sie dem Thema Digitalisierung etwas skeptisch gegenüberstanden", stellt Dorr fest. Hier war also der Prozessberater gefordert, Offenheit und Bereitschaft für das „Neue" zu schaffen.

Die letzte große Baustelle betraf die Produktion von Video-Tutorials. Die Produktionskosten des bisherigen externen Anbieters waren so hoch, dass sich der Verkauf der Videos für das Atelier nicht rentierte. Daher suchte man nach einer günstigeren Alternative – und fand diese mithilfe eines medienaffinen Mitarbeiters bei einem Kooperationspartner vor Ort. Eine Zusammenarbeit, die sich auszahle, so Szoltysik. „Die Videos, die eine Länge von 4 bis 12 Stunden haben, verkaufen wir für 34,50 Euro als Download. Wir sparen dabei erhebliche Kosten ein, da wir die Initiative ergriffen haben und im Unterschied zu vorher nun der Auftraggeber sind. Dies erhöht unsere Gewinnmarge." Und das Ergebnis kommt auch bei den selbst nähenden Kunden gut an. „Die schätzen es, dass sie für ihr Geld eine ausführliche Einführung in ein Handwerk auf hohem Niveau bekommen", sagt Szoltysik. In den aufwendig produzierten Videos werden Basics zur klassischen Maßschneiderei vermittelt. Oft finden über die Tutorials auch ambitionierte Hobbyschneider den Weg in die eigens gegründete Nähakademie. Diese entstand zwar nicht im Rahmen der Beratung, sie ist jedoch auch ein Produkt des Digitalisierungsprozesses. Szoltysik: „Wir haben die Nähakademie gegründet, um eine neue Zielgruppe zu erreichen. In den Workshops, die wir dort anbieten, können sich Interessierte unter unserer Anleitung an hochmodernen Nähmaschinen erproben." Und es verschafft ganz nebenbei der Berufsgattung Maßschneiderei neuen Glanz. Das wiederum lockt potenzielle Fachkräfte. Im Rahmen der uWM plus-Beratung wurde die Basis und die gesamte Struktur für diesen Arbeitsprozess

UNTERNEHMENSWERT:MENSCH PLUS UND POTENTIALBERATUNG NRW

Seit September 2017 unterstützt das Bundesministerium für Arbeit und Soziales mit dem ESF-Förderprogramm unternehmensWert:Mensch plus kleine und mittlere Unternehmen dabei, die digitale Transformation in ihrem Betrieb erfolgreich zu gestalten. Unternehmen mit Sitz und Arbeitsstätte in Deutschland, die seit mindestens zwei Jahren am Markt sind, unter 50 Millionen Euro Jahresumsatz, beziehungsweise weniger als 43 Millionen Jahresbilanzsumme erzielen, mindestens eine oder einen sozialversicherungspflichtige/n Beschäftigte/n in Vollzeit und weniger als 250 Beschäftigte haben, können eine Förderung im Programmzweig uWM plus erhalten.

Der Beratungsprozess dauert fünf bis sechs Monate und umfasst bis zu zwölf Beratungstage. Die Förderquote beträgt 80 Prozent. 20 Prozent des förderfähigen Beratungshonorars sind von den Unternehmen als Eigenanteil aufzubringen. Erfüllt ein Unternehmen die Fördervoraussetzungen, erhält es einen Beratungsscheck, mit dem es eine geförderte Beratung in Anspruch nehmen kann.

Alternativ steht Unternehmen zur Stärkung der Wettbewerbs- und Beschäftigungsfähigkeit die Potentialberatung NRW zur Verfügung. Die nordrhein-westfälische Landesregierung fördert die Potentialberatung mit Mitteln des Europäischen Sozialfonds (ESF). Mithilfe externer Beratungskompetenz und unter Beteiligung der Beschäftigten sollen die Potenziale des Unternehmens ermittelt und darauf aufbauend die Umsetzung notwendiger Veränderungsschritte in die Praxis begleitet werden. Gefördert werden 50 % der notwendigen Ausgaben für 1 bis 10 Beratungstage, höchstens 500 € pro Beratungstag. Das Förderangebot richtet sich an Unternehmen einschließlich Non-Profit-Organisationen und Unternehmen im Besitz der öffentlichen Hand mit Arbeitsstätte in Nordrhein-Westfalen.

Jochen Friebertshäuser, Auszubildender im Modeatelier Inge Szoltysik

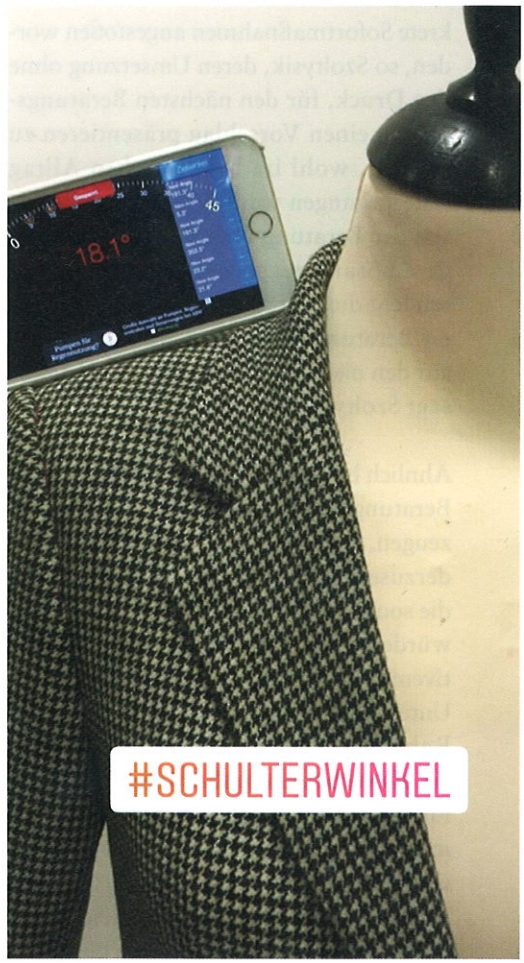
gelegt, gemeinsam mit den Beschäftigten und systematisch strukturiert und unterstützt durch den externen Prozessberater.

Mit der Umsetzung der drei Themenschwerpunkte war der Digitalisierungsprozess jedoch nicht abgeschlossen. Viele weitere digitale Tools sind inzwischen fest im betrieblichen Alltag verankert und erleichtern Arbeitsprozesse. Etwa eine sogenannte Winkel-App, mit der sich durch einfaches Anlegen des Smartphones, exakt der Verlauf der Schulter des Kunden messen lässt. Oder die Auszeichnung einzelner Stoffe mit QR-Codes. Durch Scannen des Codes mit einer App ist der Lagerbestand des Stoffes abrufbar. Beeindruckend ist vor allem die digitale Nähmaschine. Sie erlaubt es jedem Nutzer, in seiner eigenen Cloud individuelle Einstellungen, Schnittmuster und Arbeitsschritte abzulegen. Sogar das Verfolgen und Erstellen eigener Blogs zu Nähtechniken ist über die Maschine möglich. Die spielerische Bedienung erfreut sich vor allem bei den Jüngeren im Atelier großer Beliebtheit. „Der Umgang mit der Maschine macht riesigen Spaß. Ein Faible für moderne Technik ist schon von Vorteil und man muss sich etwas einarbeiten, aber dann erleichtert es die Arbeit ungemein", so der Auszubildende Jochen Friebertshäuser über die Arbeit mit der Hightech-Maschine. Wie aber arbeitet es sich mit so viel Hightech und digitalen Prozessen für jene, die noch analog aufgewachsen sind?

Alt lernt von Jung

„In dem einen oder anderen Gesicht hat man zu Beginn große Fragezeichen gesehen", so Dorr über die Reaktionen der älteren Mitarbeitenden auf die neuen Prozesse und Tools. Mit der Zeit seien diese aber alle verschwunden. Den Grund dafür sieht der Berater vor allem in der guten Wissensvermittlung durch die jungen digitalaffinen Kolleginnen und Kollegen. Dorr: „Es war spannend zu beobachten, wie kreativ und enthusiastisch die Jüngeren das Thema Digitalisierung angingen – sie sprudelten förmlich vor Ideen. Noch beeindruckender war jedoch, mit welcher Freude und Kompetenz sie ihr Wissen an die Kolleginnen und Kollegen vermittelten, die nicht so einen leichten Zugang zum Thema hatten." Insbesondere die Hightech-Nähmaschine stieß bei den Traditionalisten im Team auf große Skepsis. „Doch als sie sahen, welche Begeisterung das Gerät bei den anderen auslöste, wollten sie es unbedingt auch ausprobieren", so Szoltysik.

Ähnliches gelte für den Onlinekalender. „Die, die ihn anfangs am wenigsten wollten, nutzen ihn heute am intensivsten", so die Inhaberin weiter. Dass der Digitalisierungsprozess in dem Modeatelier bisher so erfolgreich verlief und auch nach der Beratung nicht stillsteht, liegt wohl auch an der Unternehmensphilosophie. Szoltysik: „Ich lehne es ab, Druck auf mein Team auszuüben und Dinge von oben zu bestimmen. Jeder soll Teil des Prozesses sein und aktiv mitgestalten können. So entsteht ein positiver Sog statt Druck." Dies bestätigt auch Dorr und weist in diesem Zusammenhang auf den Vorteil eines kleinen Betriebes hin: „Bei einer geringen Mitarbeiterzahl ist es leichter, den Einzelnen miteinzubeziehen, da er sich nicht verstecken kann. Wichtig ist dann, ihn so einzusetzen, dass er seine Kompetenzen effektiv einbringen kann. So zieht er die anderen mit, wie es sich auch im Atelier von Frau Szoltysik zeigte." Allerdings setze eine erfolgreiche Umsetzung von Prozessen, so Dorr weiter, auch ein hohes Maß an Offenheit und Veränderungswillen aller Beteiligten voraus. Derartige Beratungserfolge bei einem Kleinbetrieb zu erzielen, der dem Thema eher kritisch gegenübersteht, ist in dem straffen Beratungsprogramm mit den kurzen von uWM plus vorgegebenen Zeitzyklen herausfordernd.



„Die kurze Zeit zwischen den Beratungsterminen brachte uns an unsere Belastungsgrenze"

Grundsätzlich sind Berater und Inhaberin mit dem Ergebnis der Beratung mehr als zufrieden. Denn durch diese seien kon-

krete Sofortmaßnahmen angestoßen worden, so Szoltysik, deren Umsetzung ohne den Druck, für den nächsten Beratungstermin einen Vorschlag präsentieren zu müssen, wohl im betrieblichen Alltag untergegangen wäre. „Wir haben schon vor der Beratung über die eine oder andere Lösung nachgedacht, aber es fehlte schlicht die Zeit, diese anzugehen. Durch die Beratung waren wir aber verpflichtet, auf den nächsten Termin hinzuarbeiten", sagt Szoltysik.

Ähnlich bewertet Dorr die Situation. „Die Beratung kann einen positiven Druck erzeugen, sich mit einem Thema auseinanderzusetzen. Das beschleunigt Prozesse, die sonst im Tagesgeschäft vernachlässigt würden." Doch der Grat zwischen positivem Druck und Überforderung für ein Unternehmen ist schmal. Den zeitlichen Rahmen der Beratung empfindet Szoltysik als verbesserungsbedürftig: „Die Beratung fand von Jahresbeginn bis Sommer statt. Von Frühjahr bis Sommer ist unser Auftragsvolumen aufgrund der Hochzeitssaison sehr hoch. Gleichzeitig fallen in diese Zeit viele Feiertage. Die kurze Zeit zwischen den Beratungsterminen brachte uns an unsere Belastungsgrenze." Dass das vorgegebene Zeitfenster von uWM plus Kleinbetriebe vor eine große Herausforderung stellen kann, sagt auch Volker Steinecke von der Regionalagentur Märkische Region, Erstberatungsstelle für das Förderprogramm. „Das Programm uWM plus wird vom Fördergeber für Unternehmen mit 25 oder mehr Beschäftigten empfohlen. Nicht ohne Grund: Damit soll sichergestellt werden, dass das Unternehmen arbeitsorganisatorisch in der Lage ist, uWM plus neben dem normalen Geschäftsbetrieb erfolgreich zu gestalten", erläutert Steinecke.

Wichtig sei, dass die für die Umsetzung notwendigen zeitlichen und personellen Ressourcen sichergestellt sind. In der Regel fiele das größeren Unternehmen leichter, sie könnten auch auf Krankheitsausfälle oder in Zeiten von Auftragsspitzen anders reagieren als sehr kleine. „Grundsätzlich können auch kleinere Betriebe das Programm nutzen. Falls im Erstberatungsgespräch jedoch klar wird, dass der Betrieb die zeitlichen und personellen Anforderungen nicht gewährleisten kann, weisen wir auf alternative Beratungsprogramme hin, die möglicherweise besser zu dem Betrieb passen", so Steinecke.

Anlass zur Nachbesserung im Förderprogramm sieht die Inhaberin zudem in der vorgegebenen Prozesskommunikation. Szoltysik: „Zum einen empfand ich vorgegebene Begriffe wie Lab oder Orga-Team als unpassend. Hier würde ich mir mehr Alltagsbezug wünschen. Und zum anderen war die Kommunikation während der Maßnahmenfindung teilweise unklar. Ich wusste vor den Beratungsterminen gar nicht, was mein Team ausgearbeitet hatte, da ich von einzelnen Terminen ausgeschlossen war. Hier wäre für die Inhaberin mehr Transparenz wünschenswert gewesen. Der Ausschluss der Unternehmensleitung von einzelnen Terminen hat jedoch seinen Grund." „Der Ansatz von uWM plus ist, die Mitarbeitenden stark in den Prozess einzubinden und ihnen größtmöglichen Freiraum zur Entwicklung und Erprobung eigener Gestaltungslösungen zu geben. Der wäre nicht gegeben, wenn sie ständig der Geschäftsführung davon berichten müssten", erklärt Steinecke den Sinn der Vorgehensweise. Schließlich räume nicht jede Unternehmensleitung seiner Belegschaft so viele Freiheiten ein wie Szoltysik, so Steinecke weiter.

ANSPRECHPERSON IN DER G.I.B.
Andreas Bendig
Tel.: 02041 767206
a.bendig@gib.nrw.de

AUTOR
Nils Strodtkötter
nils.strodtkoetter@web.de

KONTAKTE
Modeatelier Inge Szoltysik
Inge Szoltysik
Tel.: 02334 53627
inge@modeatelier-inge.de
Jochen Friebertshäuser
j.friebi@googlemail.com

d-ialogo
Hans-Jürgen Dorr
Tel.: 0202 2427280
dorr@d-ialogo.de

Regionalagentur Märkische Region
Volker Steinecke
Tel.: 02331 4887829
steinecke@agenturmark.de

Dennoch ist die Inhaberin glücklich, mithilfe der Beratung die richtigen Weichen für ihr Atelier gestellt zu haben. Doch eines ändere sich nicht: „Wir werden auch in Zukunft den Saum von Hand nähen – trotz Digitalisierung. Doch sie vereinfacht Prozesse. Und dadurch gewinnen wir mehr Zeit für unsere Leidenschaft: Maßschneiderei", so Szoltysik.