



BOLZHAUSER AG

CASE STUDY

Neuaustrichtung auf neue Geschäftsfelder

Die Bolzhauser AG hat die IAB Communicatons GmbH bei ihrer grundlegenden Neuaustrichtung unterstützt. Der Dienstleister für Businesskommunikation dringt nun in neue Geschäftsfelder vor. Erfolge: IAB Communicatons hat eine klare Perspektive und die Zahlen stimmen wieder.



ZUKUNFTSTRÄCHTIGE DIGITALE BUSINESSMODELLE

Das Management der IAB ließ bei seiner digitalen Transformation kaum einen Stein auf dem anderen. Bolzhauser unterstützte mit einem intensiven Managementberatungsprozess den Wandel des ehemaligen Druck-Dienstleisters von einem austauschbaren Mitspieler in einem Massengeschäft hin zu einem margenstarken Lösungsanbieter für die Business-Kommunikation.

IAB-Geschäftsführer Michael Steinberg: „Uns ist es gelungen, unser Core-Business um neue Dienstleistungen und Produkte zu erweitern, die auch unseren Kunden ganz neue Möglichkeiten eröffnen.“ Man verfüge nun über vernünftig kalkulierte, zukunftssträchtige, digitale Businessmodelle, die in naher Zukunft sogar das bisherige Geschäft der IAB ablösen könnten. Steinberg: „Wir haben gemeinsam mit der Bolzhauser AG einen Quantensprung gemacht.“

ÜBER UNS

Unsere 25-jährige Erfahrung und unsere Innovationsfähigkeit bilden die Basis unseres Handelns. Unsere Leistung ist ganzheitlich. Wir leben Projekte, schaffen dabei Erkenntnis und liefern umsetzbare Ergebnisse. Wir gehen in die Verantwortung, arbeiten vertrauensvoll und vereinen Methode mit Software.

Wir streben eine Innovations-/Transformationspartnerschaft mit unseren Kunden an. Die Zusammenarbeit hat drei Ziele: gesteigerte Kundenzufriedenheit, bessere Prozesseffizienz und eine Digitalisierung der Kundenkommunikation.

Wir beherrschen alle notwendigen Disziplinen: Touchpoint-Management, Prozessoptimierung und -automatisierung, IT-Implementierungskompetenz, Vorgangsvermeidung, Wissensmanagement und Kundenzufriedenheitsmessung, Qualitätsmanagement, Reorganisation und Outsourcing sowie Changemanagement.

AUSGANGSLAGE: ROTE ZAHLEN DROHTEN

2018 befand sich die IAB in einer schwierigen Lage. Das Businessmodell als reiner Scan- und Druckdienstleister hatte sich erschöpft. Man hatte in einem ohnehin schwierigen Markt die teure Preisführerschaft, man war umsatz- statt margenorientiert. „Massive Einbrüche in die Ertragskraft“ waren zu erwarten, blickt Michael Steinberg zurück.

Hinzu kamen strukturelle Probleme: Die IT war veraltet, sie bestand zu 90-Prozent aus Eigenentwicklungen, moderne Methoden wurden nicht genutzt. Zum Investitionsstau kam noch Personalmangel. Ein Großteil der operativen IT-Leistung wurde beim Kunden nicht abgerechnet, Zuständigkeiten waren nicht klar, Richtlinien fehlten.

Auch die Sales-Organisation litt unter einem Reformstau: Das Neukundengeschäft lief ausschließlich passiv über Ausschreibungen, Kunden hatten bei der IAB mehrere Ansprechpartner. Die gesamte Organisation war produkt- und nicht kundenorientiert. Michael Steinberg: „Solution-Selling fand nicht statt.“





EXTERNE UNTERSTÜTZUNG WILLKOMMEN

Die Organisations- und Managementberatung übernahm für eineinhalb Jahre lang die IT- und die Projektleitung bei dem Berliner Unternehmen. Einer umfassenden Schwachstellenanalyse folgte ein Lösungskonzept mit mehreren Schwerpunkten:

- 1 Neuausrichtung IT
- 2 Aufbau des digitalen Vertriebskanals und Entwicklung zukunftsorientierter Dienstleistungsprodukte
- 3 Prozessoptimierung Order-Management, Customer Experience und Customer Service

Im Rahmen der Projektarbeit wurde das IAB-Geschäft um eine zweite Säule ergänzt: Neben den automatisierten digitalen Lösungen (NoTouch-Business) – für preissensible Kunden – steht nun ein Geschäftszweig mit anspruchsvollen Outsourcing-Lösungen, die höhere Margen versprechen.

WEGWEISENDE MASSNAHMEN

Durch personelle Neustrukturierung, die Vollautomatisierung des Customer Service und eines zusätzlichen Vertriebskanals sowie der Einrichtung zukunftsorientierter Dienstleistungsprodukte via RPA und KI und der Optimierung und Neuausrichtung des Internetauftritts mit Hilfe der Agentur eMinded, konnten umfassende Vorgangsbearbeitungen, die Erfassung aller erbrachten Leistungen und revisions sichere Abrechnungen zeitsparend, rechtssicher als auch kostenoptimiert umgesetzt werden.

ERGEBNIS

Die IAB ist mit den Ergebnissen ihrer Transformation hochzufrieden. „Wir sind gerüstet für den weiteren Weg und blicken nun optimistisch in die Zukunft“, sagt Michael Steinberg.



ERGEBNIS UM 15 % ÜBERTROFFEN

Die im Projekt angestrebte Ergebnisverbesserung wurde um 15 Prozent übertroffen – nach Abzug der Projektkosten.



ERGEBNIS VERFÜNFACHT

Die IAB konnte im letzten Geschäftsjahr ihr Ergebnis verfünffachen.

Dank ihrer neuen technologischen Ausstattung sei die IAB nun in der Lage, ihren Kunden völlig neue Lösungen anzubieten, sagt Steinberg.

AUF ZU NEUEN MÄRKTEN

Auf Basis ihres neuen Fundaments will die IAB nun neue Kunden gewinnen. Manuelle Prozesse sollen weiter automatisiert und optimiert werden. Auch steht die weitere Integration neuer Technologien, etwa von künstlicher Intelligenz, auf der To-Do-Liste.

Ganze Korrespondenzen lesen und organisieren, zusammenhängende Fälle erkennen – das sind aus Sicht der IAB neue Mehrwerte für Kunden. Mit der neuen Technologie-Plattform kann man nun auch neue cloudbasierte Partnerschaften schließen und Kunden noch mehr Leistung liefern.

Michael Steinberg: „Uns eröffnen sich nun ganz neue Partnerschaften auch mit größeren Partnern. Gemeinsam mit ihnen können wir nun neue Märkte erschließen.“



„Partnerschaftlich, unvoreingenommen, loyal und vertrauensvoll – das verbinde ich mit Bolzhauser. Man legt Wert darauf, Dinge auf eine nachhaltige Art und Weise zu verändern.“ – Michael Steinberg
Geschäftsführer IAB Communications GmbH

BOLZHAUSER AG

Keldersstr. 8
42697 Solingen
Tel.: +49 212 38315590
www.bolzhauser.de