



KONICA MINOLTA

# KONICA MINOLTA OPTIMIERT INFORMATIONSFLOSS



Giving Shape to Ideas





## KONICA MINOLTA OPTIMIERT INFORMATIONSFLOSS BEI DER STAMMTISCH WERBEAGENTUR GMBH

Die Stammtisch Werbeagentur GmbH aus Wunstorf bei Hannover hatte Anfang 2012 vermehrt mit Druckaufträgen zu kämpfen, bei denen unter anderem falsche Kundendaten an die Druckereien gesendet worden sind. Ursache hierfür war vor allem eine nicht einheitliche Versionierung der Kundendateien. Die daraus resultierenden Fehldrucke wiederum sorgten deshalb für erhöhte Aufwände bei der Neubearbeitung der Aufträge und doppelte Druckkosten, die beim Stammtisch aufliefen. Konica Minolta führte daher bei dem Stammtisch eine einheitliche Dateiversionierung sowie eine kunden- und projektorientierte Ordnerstruktur ein und harmonisierte dessen Ablagestrukturen. In der Folge haben sich Suchzeiten drastisch reduziert und Fehldrucke werden vermieden.

Ganz bewusst hat sich die 2008 gegründete Werbeagentur für ihren Sitz in Wunstorf mit rund 41.200 Einwohnern und nicht in der rund 30 Kilometer entfernten Landeshauptstadt Hannover entschieden. „Auf dem Land kommuniziert man typischerweise am Stammtisch. Daher fanden wir diesen Namen sehr passend für uns“, kommentiert Sören Schnepel, einer der Gründer und Geschäftsführer vom Stammtisch die Namensfindung des Unternehmens. Die vier „Tischbeine“ des Unternehmens stehen für Strategie, Kreation, Final (Reinzeichnung) und Mediaplanung. 17 Mitarbeiter sind aktuell im Unternehmen tätig und erwirtschaften rund eine Million Euro Umsatz im Jahr.

Das Unternehmen ist inzwischen so erfolgreich, dass sich der Kundenkreis auf das gesamte Bundesgebiet erstreckt. Bei der Zusammensetzung der Kundenstruktur ist dem Stammtisch vor allem eines wichtig: „Unser Ziel ist es, aus jeder Branche nur einen Kunden zu haben, damit wir uns nicht gegenseitig inhouse Konkurrenz machen müssen“, bestätigt Schnepel. Da das Unternehmen den Anspruch hat, für seine Kunden immer das Konzept zu erarbeiten, das am besten zu diesen passt, richtet sich die Agentur grundsätzlich nach einer Prämisse: An Pitches wird teilgenommen, ohne dass für den Kunden Kosten anfallen

und der Stammtisch nimmt nur die Pitches von Auftraggebern an, mit denen es sich zu 100 Prozent identifizieren kann. So erzielt die Agentur eine fast 100-prozentige Erfolgschance.

### ▀ Fehlerquote und doppelte Kosten

In den sechs Jahren seit Unternehmensbestehen häuften sich zahlreiche Speicherorte an, an denen Kundenprojekte abgelegt wurden und auch die Art und Weise, Dateien zu benennen, nahm die unterschiedlichsten Varianten an. Dies war vor allem dem Wachstum geschuldet, da eine Datenstruktur mit anfangs zwei Mitarbeitern anders organisiert sein muss als mit 17 Mitarbeitern. „Die nicht einheitliche Versionierung führte zu einer relativ hohen Fehlerquote. Es gingen Dokumente in Druck, die eigentlich nicht dem letzten Stand der Kundenfreigabe entsprachen, neu gedruckt werden mussten und so zu einem erhöhten Aufwand bei der Neubearbeitung der Aufträge und doppelten Druckkosten auf unserer Seite führten“, beschreibt Schnepel die Ausgangssituation. Die unzähligen Speicherorte gestalteten außerdem ein Wiederfinden von speziellen Kundenprojekten sehr schwierig.



„Entscheidend ist, dass wir unseren Geschäftsprozess beibehalten haben.“

Sören Schnepel, Geschäftsführer Stamtisch Werbeagentur GmbH

Anfang 2012 kam der Kontakt zwischen Konica Minolta und dem Stamtisch zu Stande: „Gerade zu dem Zeitpunkt, als Konica Minolta uns ansprach, waren wir aufgrund der Probleme kurz davor, uns sowieso externe Unterstützung ins Haus zu holen“, beschreibt Schnepel. Im Rahmen seiner Dienstleistung „Prozessberatung“, die sich an Kunden aus dem klein- und mittelständischen Bereich richtet, sollte der Informationsfluss beim Stamtisch optimiert werden. Die Prozessberatung von Konica Minolta weist einen wesentlichen Unterschied zum klassischen Geschäftsfeld „Output- und Dokumentenmanagement“ des Langenhagener Unternehmens auf: Denn hier sind Analysen und Optimierungen von einzelnen Dokumentenprozessen eng an entsprechende Hard- und Software geknüpft. Die Prozessberatung dagegen betrachtet den kompletten Informationsfluss im gesamten Unternehmen und ist unabhängig von jeglicher Hard- und/oder Software. Analyse und Optimierung finden entsprechend abteilungsübergreifend statt. Prozesse und Workflows können gemäß BPMN-Standard (= Business Process Model and Notation) abgebildet werden.

## ▀ Dateiversionierung und Harmonisierung der Ablagestruktur

Zunächst erfolgte eine ausführliche Bestandsaufnahme der Situation und die Abfrage der vorherrschenden IT-Infrastruktur im Rahmen strukturierter Interviews sowie die prozessuale Darstellung. Die jeweiligen Zwischenergebnisse wurden permanent und transparent dargelegt und ausführlich besprochen. „Wir hatten jederzeit die Möglichkeit, Einfluss auf den Verlauf der Analyse zu nehmen. Gleichzeitig hat uns Konica Minolta von Anfang an signalisiert, dass ein erfolgreicher Projektabschluss nur mit unserer intensiven Mitwirkung garantiert werden kann, was natürlich für uns auch mit Zeitaufwand verbunden ist. Aber das ist eben keine Sache, die man abgibt und zwei Monate später erhält man ein fertiges Ergebnis“, beschreibt Schnepel. Nach und nach wurde dann auch der tatsächliche Bedarf aufgedeckt, den der Stamtisch hinsichtlich der Verbesserungen in seinem Dokumentenablauf und Informationsfluss hatte. Der von Konica Minolta erarbeitete

Lösungsvorschlag sah schließlich drei Hauptkomponenten vor:

Lösung	Beschreibung	Software/Lösung /Investition
Metadaten und Dateiversionierung	Integration von Dokumenten, Metadaten (Versions- und Änderungshistorie) sowie Einführung von Dateiversionierungskonventionen	Keine, Entwicklung eines Leitfadens zur Dateibenennung
Kunden- und projektorientierte Ordnerstruktur	Erstellung von Projektordneremplates mit kunden- und projektorientierter Ordnerstruktur	Keine, Entwicklung eines Leitfadens zur Ablage von Dateiodnern
Einheitlicher Speicherort	Harmonisierung der Ablagestrukturen auf drei Fileservern	SAN-Verwaltungssoftware

Für die Festlegung der Regeln zur Dateiversionierung entwickelte Konica Minolta einen Leitfaden, der zukünftig sicherstellen sollte, dass alle Mitarbeiter bei der Dateibenennung einheitlich vorgehen. „Zwar bedeutete das für die Mitarbeiter eine gewisse Umstellung, beeinträchtigte sie aber auch nicht wirklich in ihren Arbeitsabläufen. Schließlich haben sie vorher auch versioniert, nur eben nicht einheitlich“, erklärt Schnepel.

Das zweite Ergebnis sah eine nunmehr kunden- und projektorientierte Ordnerstruktur vor. „Früher erfolgte die Ablage eher willkürlich. Zwar nutzten wir auch da schon Kundenordner, aber legten in diesen alles ab, was irgendwann einmal umgesetzt wurde, wie zum Beispiel einzelne Textdokumente, die später keiner mehr zuordnen konnte. Wir profitieren nun von einem wesentlich aufgeräumteren System mit kürzeren Suchzeiten“, so Schnepel.

Ein Wiederfinden gesuchter Projekte erschwerte aber nicht nur die bisherige kundennamenorientierte Ordnerstruktur, sondern auch die große Anzahl an Speicherorten, die sich in den letzten Jahren angesammelt hatte. Die Harmoni-





**KONICA MINOLTA**

sierung aller gespeicherten Dateien wurde deshalb mit einer SAN-Verwaltungssoftware (= Storage Area Network) vorgenommen. Sie erkennt ähnliche Dateibenennungen und führt diese zusammen.

### **▀ Geschäftsprozesse beibehalten**

Die Veränderungen wurden den Mitarbeitern schließlich in der Art kommuniziert, als dass ihnen nicht nur die neuen Regeln zur neuen Arbeitsweise erläutert, sondern auch die Gründe für die Durchführung der Änderungen transparent gemacht wurden, um so die Anpassungsbereitschaft zu steigern. Auf eine Einarbeitungsphase folgte dann schließlich ein Stichtag, ab dem es galt, ausschließlich nach der neuen Weise zu arbeiten.

„Die Mitarbeiter haben das neue System sehr gut angenommen und es funktioniert einwandfrei“, so das Feedback von Schnepel. „Ganz besonders entscheidend ist ebenfalls, dass wir unseren Geschäftsprozess beibe-

halten haben und lediglich Anpassungen der Arbeitsweise seitens Konica Minolta vorgeschlagen worden sind. So waren auch fast keine Investitionskosten in Software und IT-Infrastruktur notwendig. Dafür sparen wir heute lange Suchzeiten nach bestimmten Kundenprojekten und vermeiden Fehldrucke durch die Auftragserteilung nicht aktueller Kundendaten. Das ist das Kernelement, denn gerade zu dem Zeitpunkt, als wir die Erstgespräche mit Konica Minolta führten, war die Zahl der betroffenen Projekte besonders hoch.“

Mit dem Projektablauf und -ergebnis zeigt sich Schnepel sehr zufrieden: „Die Lösungsvorschläge sind zugegebenermaßen keine komplexen Umstrukturierungslösungen. Doch trotzdem ist Konica Minolta mit höchster Professionalität an die Thematik herangegangen. Zugeben muss ich auch, dass ich beim Erstgespräch mit Konica Minolta anfangs Bedenken hatte, weil ich befürchtete, dass uns am Ende sowieso nur ein neues Drucksystem empfohlen wird. Aber nun bin ich positiv vom Gegenteil überzeugt.“

Ihr Konica Minolta Business Solutions Partner:

**Konica Minolta  
Business Solutions Deutschland GmbH**

Europaallee 17 ■ 30855 Langenhagen  
Telefon: +49 (0) 800 6 46 65 82  
Telefax: +49 (0) 511 74 10 - 50  
[www.konicaminolta.de/business](http://www.konicaminolta.de/business)

**Stammtisch Werbeagentur GmbH  
Sören Schnepel**

Georgstraße 3 ■ 31515 Wunstorf  
Telefon: +49 (0) 5031 51637 - 20  
[schnepel@amstammtisch.de](mailto:schnepel@amstammtisch.de)  
[www.amstammtisch.de](http://www.amstammtisch.de)