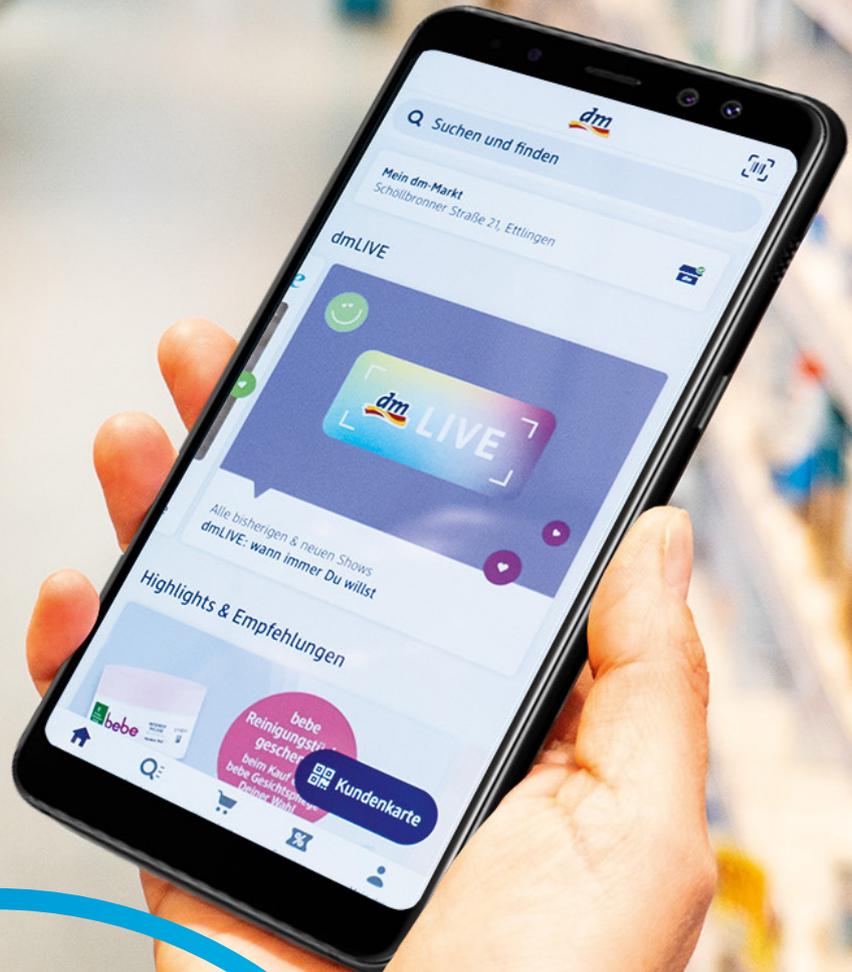


SAMSUNG



Case Study: dmTECH

dm und Samsung: „Mobile First“ als Leitmotiv

Highlights

- Samsung stattet dm-Märkte mit 52.000 Galaxy Smartphones aus.
- Fast alle Prozesse und Aufgaben werden heute über das Smartphone abgewickelt.
- Samsung Knox gewährleistet hohen Sicherheitsstand.



In den rund 2.100 dm-Märkten nutzt heute jeder Mitarbeitende die aktuellen Samsung Smartphones der Galaxy A-Serie.

Mit 150 Smartphones fing es 2017 an - nach drei Monaten waren es schon über 25.000 Smartphones, heute hat der Drogeriewarenhändler dm weltweit 52.000 mobile Devices im Einsatz. Vor sieben Jahren bereits hat dm erkannt, dass die bis dahin verwendeten MDE-Geräte nicht mehr ausreichen, um die Ansprüche, die das Unternehmen an eine zeitgemäße Filial- und Warenwirtschaft stellte, zu erfüllen. Zudem wollte der Drogeriewarenhändler eine Vorreiterrolle bei der Digitalisierung im Einzelhandel einnehmen. Die Lösung lag - im besten Sinne des Wortes - auf der Hand: Smartphones. Mit ihnen, so die Überzeugung der Arbeitsgemeinschaft, würde es möglich sein, der Digitalisierung im gesamten Unternehmen einen Schub zu geben und die Produktivität anzupassen.



Das Smartphone hat im Unternehmen einen tiefgreifenden Paradigmenwechsel über alle Ebenen und Funktionen hinweg ausgelöst. Mittlerweile werden praktisch jeder Prozess und jede Aufgabe von Anfang an mobil gedacht.

Cornelia Ratzel, verantwortlich für den Geschäftsbereich Enterprise Resource Planning bei dmTECH



Eine Pilotphase mit 150 Smartphones von Samsung brachte bei dm schnell den Durchbruch. Einmal an die dm-Märkte für Testzwecke vergeben, wollte niemand die Geräte wieder hergeben. Denn von Anfang an fiel auf: Die personalisierten Geräte brachten den Teams im Vergleich zu den bisherigen MDE-Geräten zur mobilen Datenerfassung viele Vorteile wie eine größere Vertrautheit zum eigenen Gerät. Zudem wuchs der (digitale) Zusammenhalt: Jeder Mitarbeitende konnte schnell und einfach Inhalte teilen und sich aktiver in relevante Prozesse einbringen und sie verfolgen. Alles wurde transparent. Dafür sorgte auch der mobile Zugriff auf das Intranet. Heute nutzt jeder Mitarbeitende in den rund 2.100 dm-Märkten in Deutschland die aktuellen Samsung Smartphones der Galaxy A-Serie.

Mobile First: ein Paradigmenwechsel mit Auswirkungen für das gesamte Unternehmen

Der Roll-out der Smartphones durch die IT-Tochter dmTECH hatte von Anfang an Auswirkungen auf das gesamte Unternehmen: auf den Unternehmenssitz, das dm-dialogicum in Karlsruhe, auf alle dm-Märkte, auf sämtliche Prozesse, Arbeitsweisen, Arbeitsmittel und auf die Kommunikation mit Kundschaft und Arbeitsgemeinschaft. „Mobile First“ lautet das Motto von dm heute.

„Das Smartphone hat im Unternehmen einen tiefgreifenden Paradigmenwechsel über alle Ebenen und Funktionen hinweg ausgelöst“, sagt Cornelia Ratzel, verantwortlich für den Geschäftsbereich Enterprise Resource Planning bei dmTECH. „Mittlerweile werden praktisch jeder Prozess und jede Aufgabe von Anfang an mobil gedacht und sollen auch über das Smartphone abgewickelt werden können.“

Das Smartphone als Arbeitsplattform

Gestartet hat dm 2017 mit ausgewählten Prozessen für die Warenwirtschaft in einer App – etwa der Bestandserhebung oder Nachbestellungen. Hier diente die Kamera in den Samsung Smartphones als Scanner zur Erfassung der Strichcodes. Inzwischen decken Apps eine Vielzahl weiterer Filialtätigkeiten ab: von der marktbezogenen Geldwirtschaft mit der Verwaltung der Kassenschubladen über die Mitarbeiter-Einsatzplanung bis hin zur dm-Lernwelt mit Weiterbildungskursen. Hinzu kommen die mobile Nutzung von Microsoft Office 365 sowie zahlreiche Apps für das Marketing, die Kundenberatung oder das eigene Wohlbefinden.

Heute ist auch die gesamte SAP-Anwendungslandschaft mit in Summe rund 70 Unteranwendungen, die je nach Rolle zur Verfügung stehen, mobil verfügbar. Hilfreich war hierfür die bereits frühzeitig in Angriff genommene Zentralisierung des Warenwirtschaftssystems von dm. Auch auf Festnetztelefone konnte bald verzichtet werden: Dank Internettelefonie auf den Smartphones hat der Drogeriewarenhändler die klassische Fernsprechtechnik in den dm-Märkten komplett abgeschaltet.



Das Smartphone ist auch bei der Kundenberatung zum praktischen Helfer in der Hosentasche geworden.

Klare Entscheidung für Samsung

Von Anfang an waren Samsung Smartphones der A-Serie im Einsatz, mittlerweile der Enterprise Edition. Zwei Faktoren spielten bei der Entscheidung eine zentrale Rolle: Zum einen nutzten bereits viele Mitarbeitende Samsung Geräte privat und waren vertraut mit deren Handhabung. Zum anderen war Android als Betriebssystem gesetzt.

Wichtig für dm waren auch die Performance und Ausstattung der mobilen Geräte mit guter Kamera, zuverlässige WLAN-Stabilität mit Unterstützung der neuesten Standards. Mit der Enterprise Edition erhielt dm eine garantierte Marktverfügbarkeit der Geräte für zwei Jahre für eine einheitliche Installationsbasis. Die integrierte Sicherheitsplattform Samsung Knox gewährleistete von Anfang an einen hohen Sicherheitsstand und bis zu fünf Jahre regelmäßige Sicherheitsupdates.

„Die Gerätelinie hat einfach perfekt zu unseren Anforderungen gepasst. Auch das unkomplizierte Management der Smartphones hat uns von Anfang an überzeugt“, so Christian Stäblein, verantwortlich für den Geschäftsbereich IT-Systeme bei dmTECH. „Gegenwärtig denken wir zudem über den Einsatz von Ruggedized-Geräten, den robusten Samsung Galaxy XCover-Modellen, nach.“

Hinzu kommt die Nutzung bestimmter Funktionalitäten der Samsung Knox Suite. Dazu gehören Knox E-FOTA (Enterprise Firmware Over the Air) und Knox Asset Intelligence. Für deren Auswahl und funktionalem Einsatz ist dmTECH zuständig. „Für die Software-Verteilung und -Updates setzen wir auf Knox E-FOTA. Das erleichtert unsere Admin-Arbeit und wir können Updates regelmäßig pushen“, ergänzt Christian Stäblein. „Mit Knox Asset Intelligence sehen wir, welche Apps gerne genutzt werden, und welche weniger. Auf dieser Basis können wir das App-Angebot bedarfsgerecht anpassen.“

Microsoft Office und Samsung Smartphones: praktisch für den mobilen Arbeitsalltag

Kommunikation, Kollaboration und Planung: Microsoft Office 365 bildet auch in den dm-Märkten das Rückgrat für den digitalen Arbeitsalltag. In Kombination mit den mobilen Samsung Geräten ist das Package ein praktischer Begleiter für alle Mitarbeitenden. Vorwiegend genutzt werden die klassischen Anwendungen Teams und Outlook – jeder Mitarbeitende hat auf seinem personalisierten Smartphone sowohl sein persönliches als auch das Filialpostfach – ergänzt wird dies durch die weiteren Office 365 Apps wie Word, Excel, PowerPoint oder ToDo. Über Task Publishing in Microsoft Teams werden künftig Aufgaben an mehrere dm-Märkte zentral verteilt.

Hinzu kommt Viva Engage, vormals Yammer. „Die Kommunikation über diese Plattform ist eine Art Kreativitäts-Booster. Die Mitarbeitenden tauschen Fotos und Ideen aus und beflügeln sich damit gegenseitig. Etwa, wie ein Produkt am augenfälligsten präsentiert wird. Wir haben mittlerweile sogar interne Influencerinnen und Influencer, deren Ideen besonders gut ankommen“, sagt Andreas Gesser, verantwortlich für den Geschäftsbereich Mitarbeiter, Middleware und Business Intelligence bei dmTECH.

Insgesamt hat der Einsatz von Microsoft Office die direkte Zusammenarbeit in den Teams und über die dm-Märkte hinweg spürbar verbessert. Die einzelnen Märkte sind eindeutig besser vernetzt. Zudem können Veränderungsprozesse besser begleitet und intensiver betreut werden. Ein weiterer Vorteil: Kolleginnen und Kollegen können an Online-Meetings teilnehmen. Beispielsweise werden übergreifende Marktplatzsitzungen, Kulturseminare und Austauschtermine mittels Teams durchgeführt.

Gearbeitet wird auch mit Microsoft Planner. Hier werden persönliche und Team-interne To-dos dokumentiert. Microsoft SharePoint wiederum liefert die Basis für das mobile dm-Intranet – ebenfalls ein elementarer Bestandteil der Mobile-First-Strategie des Unternehmens und auf allen Smartphones verfügbar.

Apps für alle Aufgaben, Situationen und Bedürfnisse

„Die Apps auf unseren Smartphones lassen sich grob in drei Kategorien einordnen: Abbildung klassischer Prozesse der Filial- und Warenwirtschaft, Apps, die den beruflichen Alltag der Kolleginnen und Kollegen unterstützen sowie Anwendungen für spezifische individuelle Bedürfnisse“, so Cornelia Ratzel. „Dazu gehören zum Beispiel auch Radio-Apps für die frühen Stunden im Warenlager ohne Kundenverkehr. In unserer dm-Lernwelt wiederum werden Hintergrundinfos, Praxisbeispiele oder Erklärvideos bereitgestellt. Zum Beispiel, was die vielen Abkürzungen im dm-Arbeitsalltag bedeuten oder wie das aktuelle Sortiment gerade aussieht.“

Alle Apps werden zentral ausgewählt und verwaltet – wobei Vorschläge der Mitarbeitenden willkommen sind. Gegenwärtig sind rund 80 verschiedene Apps im Angebot. Und ebenso wie Beschaffung und Roll-out der Geräte sowie die Durchführung sämtlicher Updates passiert auch das alles inhouse durch das Team von dmTECH.

Die App MEP (Mitarbeiter-Einsatz-Planung) zeigt den Angestellten zum Beispiel ihre Arbeitszeiten, erlaubt aber auch die selbstbestimmte Eintragung von Schichtwünschen. Zu den Apps, die bei den individuellen Bedürfnissen ansetzen, gehört beispielsweise eine Anwendung, mit der betroffene Mitarbeitende ihre Blutzuckerwerte ermitteln können. Eine weitere App bietet Support für Hörgeräte-Tragende.

„Doch nicht nur das Leben der Kolleginnen und Kollegen wird einfacher, auch unsere Kundinnen und Kunden profitieren – zum Beispiel mit einer gezielten und schnellen Beratung auf der Fläche. Etwa bei der Frage nach einem Silikon-freien Shampoo. Früher musste man oft ins Büro laufen, um am PC die richtigen Antworten zu suchen, heute geht das per Fingertipp blitzschnell in einer App“, so Cornelia Ratzel. „Das Smartphone ist wirklich zum unverzichtbaren Helfer in der Hosentasche geworden.“

Mit Mobile First in die Zukunft

Neben einer stärkeren Personalisierung der Apps, die dann noch zielgerichteter auf die spezifischen Aufgaben der einzelnen Mitarbeitenden zugeschnitten sind, geht es zukünftig auch um eine breite Nutzung der mobilen Geräte. Etwa mit dem Einsatz von Samsung DeX. Damit kann das Smartphone direkt an einen Monitor angeschlossen werden und sich damit in eine veritable Workstation verwandeln.

Eines ist jedenfalls sicher: Die Grenzen für den Einsatz mobiler Technologien im Filialgeschäft verschieben sich immer weiter – dm und Samsung werden auch weiter voranschreiten und zeigen, was möglich ist.

Über dmTECH

Die dmTECH GmbH ist die hundertprozentige IT-Tochterfirma von dm-drogerie markt, wurde im Jahr 1988 gegründet und hat ihren Sitz in Karlsruhe. Mehr als 1000 Mitarbeitende sind bei dmTECH beschäftigt.

dmTECH betreut alle Informationssysteme für die dm-Märkte, Verteilzentren, Zentralen, Kundinnen und Kunden. Dazu zählen u. a. die Entwicklung des dm-Onlineshops, Apps für Kundinnen, Kunden und Mitarbeitende sowie der Betrieb des Rechenzentrums und von innovativen Cloudlösungen. Zudem schafft die IT-Firma Anwendungen und Technologien für alle Geschäftsbereiche von dm wie Waren- und Finanzwirtschaft, Logistik, Marketing oder Personalwesen. Weitere Informationen unter https://www.dm-jobs.com/dmTECH/?locale=de_DE.

Über Samsung Electronics

Samsung Electronics Co., Ltd. inspiriert Menschen und gestaltet die Zukunft mit Ideen und Technologien, die unser Leben verbessern. Das Unternehmen verändert die Welt von Fernsehern, Smartphones, Wearables, Tablets, Haushaltsgeräten, Netzwerk-Systemen, Speicher-, Halbleiter- und LED-Produkten. Entdecken Sie die neuesten Nachrichten im Samsung Newsroom unter news.samsung.com/de.



Samsung Electronics GmbH
Am Kronberger Hang 6
65824 Schwalbach/Taunus
Info: 0180 6 726 78 64* oder
0180 6 SAMSUNG*
Fax: 06196 934 02 88