**Hervorragend angenommener „Communityhub“ der Iwofurn**

**Gute Dinge brauchen Zeit und Mut: Erfahrungen, Impulse und Ideen zu 100 % EDI für Hersteller, Logistiker und Möbelhändler**

**Die Iwofurn Service GmbH aus Holzgerlingen bei Stuttgart ist ein Dienstleister mit dem Fokus auf die Digitalisierung unternehmerischer Prozesse. Über die jüngsten Entwicklungen und aktuellen Services informierte der Communityhub@Iwofurn am 29. Oktober 2019 im Knowledge Center von GS1 – eine hervorragend angenommene Veranstaltung, zu der rund 40 Teilnehmer aus 25 Unternehmen der gesamten Wertschöpfungskette ‚Möbel‘ angereist waren.**

Mit einem skalierbaren Angebot zur Digitalisierung und Automatisierung inner- und außerbetrieblicher Abläufe unterstützt Iwofurn seit vielen Jahren das Change-Management seiner Anwender. Spezialisiert auf die Integration von Prozessen, Partnern und Systemen verbindet der etablierte Kommunikationsexperte über 1.000 Branchenteilnehmer aus Industrie und Handel und realisiert Datentransfers von rund 20 Mio. Belegen im Jahr.

**Für die Datenkommunikation ist Transparenz oberstes Gebot**

Iwofurn-Gründer und Geschäftsführer Klaus Bröhl unterstrich in seinem kleinen Abriss aus einem guten Viertel Jahrhundert IT-Geschichte und über zehn Jahren Iwofurn-Entwicklung den Anspruch seines Hauses: Unterstützung anzubieten bei der digitalen Prozessintegration und dies mit striktem Verweis auf Standardisierung, Transparenz und Skalierbarkeit.

Dass diese Zielstellung gewahrt bleibt, überwacht ein mehrköpfiger Beirat mit Vertretern verschiedener Spitzenorganisationen der Möbelbranche. Jan Kurth, Geschäftsführer des VDM und selbst Beiratsmitglied, betonte in seinem Mission-Statement, wie nachhaltig und disruptiv die Digitalisierung Möbelindustrie, -handel und -logistik verändern wird. Um dabei maximalen Nutzen zu stiften, ist die Unterstützung der Branche durch die Kommunikationsplattform Iwofurn besonders bedeutsam.

**Ohne überlegte Digitalisierungsstrategie muss 100 % EDI scheitern**

Iwofurn-Geschäftsführer Dietmar Weber bestritt schließlich einen großen Teil der Tagung, die sich direkt an Hersteller, Verbundgruppen, Zentralregulierer, stationäre und Online-Händler, Baumärkte und nicht zuletzt Logistiker richtete. Aus Prozesssicht, so Weber, gibt es keine „typische“ oder verallgemeinerbare Order – jede Art der Auftragsabwicklung habe ihre Spezifik. Und daher ist auch der Anspruch „100 % EDI“ in den Unternehmen der Möbelbranche umzusetzen, niemals mit einem großen Sprung, sondern nur durch Einzelschritte realisierbar.

Schritt für Schritt müsse die Auftragsabwicklung unter Berücksichtigung der jeweiligen Bestellart analysiert und digitalisiert werden, um nach und nach die Prozessdigitalisierung in den Firmen voranzutreiben und neue, effiziente Strukturen aufzubauen – Change Management also, welches die Iwofurn nach Kräften unterstützen kann.

**Risiko und Chance ‚Dropshipping‘ – den Erfolg entscheidet der Kunde**

Wozu natürlich auch erfolgreiches Dropshipment gehört, wie später in verschiedenen anschaulichen Praxisfällen erläutert wurde. An dieser Stelle unterstrich „Iwofurnerin“ Sandra Broszat, dass die Grenzen zwischen B2B- und B2C-Marktplätzen sich sukzessive aufzulösen beginnen, ausgelöst von der sprunghaften Zunahme von Online-Geschäften.

Und daraus lassen sich wenige, aber sehr wichtige Schlussfolgerungen ziehen: Wer weiter unternehmerisch „mitmischen“ will, sollte sich mit der Unterstützung durch die Holzgerlinger Branchenplattform vorbereiten. Denn die Anforderungen werden weiter steigen, wie ganz besonders das Anspruchsniveau auf Kundenseite. Wer hier den Kontakt zu seinen Kunden verliert, hat diese fast ganz verloren. Wachstum kann dann erst gut gelingen, wenn „König Kunde“ sich subjektiv auch als solcher fühlen darf!

**Exakte, häufige Kommunikation von Lieferzeiten immer wichtiger**

Womit der Schwerpunkt „Kundenzufriedenheit“ angesprochen war – ein Thema, das besonders unter dem Aspekt der Lieferzeiten über eine längerfristige Kundenbindung entscheidet. Aktuell betreut Iwofurn 95 verschiedene Lieferanten, die ihre Bewegungsdaten zu Lieferstand und Lieferdauer mindestens einmal je Woche, optimal jedoch bei jeder Veränderung kommunizieren.

In seinem Abschlussreferat fasste Patrick Sönke, Geschäftsführer der Iwofurn-Schwester Integrated Worlds, die Hauptthemen der Tagung mit Blick auf die Zukunft zusammen. Ohne Kenntnis der Costumer Journey, ohne durchgängige Prozessdigitalisierung, ohne Multichannel-Vertrieb stünden die Chancen nicht gut für Unternehmen der Möbelbranche im immer globaleren Wettbewerb – sowohl für Global Player, als auch für den branchentypischen Mittelständler. Damit diese KMU an den anstehenden Mammutaufgaben nicht scheitern, gilt es, sich schnell externe Unterstützung – wie durch Iwofurn – zu suchen und dann zuerst die einfachen, leicht und schnell zu lösenden Herausforderungen anzugehen.