

Wie Takkt die digitale Transformation beschleunigt

Der Spezialversender kooperiert mit Schacht One, ebenso wie andere Unternehmen der Haniel-Gruppe

B.K. DÜSSELDORF, 2. Januar. Der mehrheitlich zur Duisburger Haniel-Gruppe gehörende Spezialversender Takkt AG hat sich viel vorgenommen. Das international tätige Unternehmen, das Firmenkunden mit Büro- und Geschäftsausstattungen beliefert, will seine digitale Transformation beschleunigen und sein E-Commerce-Geschäft bis zum Jahr 2020 verdoppeln. Derzeit macht der Onlineanteil immerhin schon rund 40 Prozent des Umsatzes von mehr als einer Milliarde Euro aus. Mit der Umsetzung der digitalen Agenda soll mittelfristig zugleich das organische Umsatzwachstum erhöht werden. Ein wichtiger Baustein der Wachstumsstrategie ist die Entwicklung neuer Serviceangebote für die ausschließlich aus dem gewerblichen Bereich stammenden Kunden, wie der Vorstandsvorsitzende Felix Zimmermann beschreibt. Und hierbei will das Unternehmen auch auf das Fachwissen und die Kapazitäten einer weiteren Haniel-Aktivität zurückgreifen, nämlich auf das Digitalunternehmen Schacht One.

Als ein Beispiel für eine solche Kooperation nennt der Takkt-Chef ein gemeinsames Projekt mit dem Titel Konrad, bei dem es um digitale Lösungen im Bereich Lagerhaltung für die Mittelstandskunden der auf Büro- und Lagereinrichtungen spezialisierten Tochtergesellschaft Kaiser + Kraft geht. Sollten solche Digitalprojekte marktfähig werden, könnten sie dazu beitragen, beim Kunden Mehrwert zu schaffen und so die Bindung an seinen Lieferanten zu stärken, ist man bei Takkt überzeugt. Das Digitalteam von Schacht One unter Führung von Dirk Müller unterstützt freilich nicht nur den Stuttgarter Versandhändler.

Das Projekt soll ein Beschleuniger für den digitalen Wandel der gesamten Gruppe sein, wie der Haniel-Vorstandsvorsitzende Stephan Gemkow erklärt. Denn auch mit anderen Tochtergesellschaften aus dem Portfolio des Traditionskonzerns werden dort digitale Geschäftsideen oder Lösungen zur Verbesserung von Prozessen entwickelt und möglichst rasch zur

Marktreife gebracht werden, beispielsweise für die auf Waschraumhygiene und Berufskleidungsservice konzentrierte CWS-Boco-Gruppe oder das auf den lukrativen Nischenmarkt der Matratzenbezugsstoffe spezialisierte belgische Textilunternehmen Bekaert-Deslee.

„Mit Schacht One stellen wir den Tochtergesellschaften neben anderen klassischen Holdingfunktionen nun auch digitales Know-how zur Verfügung“, sagt Gemkow. Die Einheit sei so etwas wie die digitale Werkbank des Familienkonzerns. Womöglich entwickle sich daraus ein digitales Trainingscamp für die verschiedenen Geschäftsbereiche. Dabei versteht sich Schacht One nach seinen Worten nicht als Inkubator für Start-ups, sondern mehr als ein gruppeninterner Akzelerator. Gemkow erhofft sich von der im vergangenen April an den Start gegangenen Digitaleinheit nicht nur Synergieeffekte zwischen den verschiedenen Beteiligungsgesellschaften. Vielmehr erwartet er klare Wettbewerbsvorteile für die überwiegend

mittelständisch geprägten Haniel-Beteiligungen. Denn diese stehen auf ihren jeweiligen Märkten überwiegend in Konkurrenz zu anderen Mittelständlern, die nicht auf solche Hilfestellungen einer Beteiligungsholding zurückgreifen können.

Die Duisburger Muttergesellschaft stellt die Räumlichkeiten für die derzeit sieben Mitarbeiter beschäftigende Einheit Schacht One. Die einzelnen Projekte werden von den Tochtergesellschaften selbst initiiert und an das Team herangezogen. Standort ist das Gelände der vor mehr als 160 Jahren von dem Industriellen Franz Haniel gegründeten Zeche Zollverein in Essen, die heute zum Weltkulturerbe zählt. Das Ambiente ist lässig und auf Teamarbeit zugeschnitten, so wie es in der Start-up-Szene üblich ist. Der Name ist dem nahe gelegenen Schacht 1 entlehnt und soll an die Erfolge und Arbeit früherer Pioniere erinnern. Denn mit der Förderung von Fettkohle in großem Stil wurde einst auf Schacht 1 die Industrialisierung des Ruhrgebiets vorangebracht.