



Generalbevollmächtigter, Eurodata

www.eurodata.de

Herr Kurz, es ist nun fast eineinhalb Jahre her, dass die Corona-Pandemie Deutschland erreicht und viele Unternehmen gezwungen hat, Prozesse schnellstmöglich zu digitalisieren ...

Die Pandemie war ein Treiber ohne Vergleich. Nicht nur die Unternehmen wurden gezwungen, Prozesse zu digitalisieren, sondern auch die Steuerberater, weil sie ebenfalls im Homeoffice waren. Natürlich gab es die Möglichkeit, die Dokumente dann einzuscannen und als PDF abzulegen. Aber es gibt viel charmantere Lösungen wie unsere Cloud-Plattform „edcloud“ Finanzen, die wir aktuell mehr und mehr zum digitalen Büro für den Tankstellenunternehmer ausbauen. Allerdings gilt dabei immer: Es bringt gar nichts, Prozesse im Hauruckverfahren zu digitalisieren, ohne sie zuvor zu standardisieren.

Können Sie genauer erklären, was Sie damit meinen?

Sobald mehrere Personen an einem Prozess beteiligt sind und dieser über Unternehmensgrenzen hinausgeht, sollte man Standards definieren, auch wenn das zunächst Arbeit bedeutet. Wenn die Standards einmal festgelegt

Digitales BÜRO

Christof Kurz, Eurodata, erklärt im Interview, wie der Anbieter für Softwarelösungen im Personal- und Finanzwesen Mineralölunternehmen bei der Digitalisierung unterstützt.

TEXT: SYLVIA GANZ FOTO: EURODATA

sind, kann ich sie daraufhin digitalisieren, weil jeder genau versteht, was zu tun ist. Erst dann habe ich wirklich eine Automatisierung, also einen Effizienzgewinn, erreicht. Verzichte ich auf die Standardisierung der Prozesse, kommt zwar etwas Digitales dabei raus, aber ich habe eben nur digitalen Datenmüll gewonnen und noch keine Effizienz erreicht.

Seit einiger Zeit fokussiert sich Eurodata auf den Mineralölmittelstand, um hier bei der Einführung des digitalen Büros Hilfestellung zu geben. Welche Strategie steht dahinter?

Das, was für die großen Mineralölkonzerne längst Standard ist, ist im Mittelstand noch nicht überall einsetzbar gewesen. Dazu haben wir zunächst die notwendigen Veränderungen in der Struktur vornehmen müssen. Ein Beispiel: Das Thema Kassendatenarchivierung mit automatischer Buchhaltung und automatisierten Buchungsvorschlägen war bisher so aufwendig, dass es sich bei Gesellschaften mit weniger als 300, 400 Stationen nicht gelohnt hat. Nun können wir die Lösung sogar bis auf eine Tankstelle herunterbrechen. Damit bedienen wir die Anforderungen des Mittelstands, der viel individueller und heterogener aufgestellt ist als die Konzerne.

Mit welchen Angeboten unterstützt Eurodata mittelständische Unternehmen sonst noch?

Wir sind dabei, die digitale Lernplattform „edcampus“ zu erweitern, so dass sich künftig Steuerberater, aber auch für die Buchhaltung Verantwortliche in Unternehmen Schritt für Schritt weiterbilden können. Die Inhalte sind in verschiedene Lerneinheiten – teilweise mit Videos – eingeteilt, die alle aufeinander aufbauen. Außerdem haben wir Webseminare aufgesetzt, an denen jeder Interessierte kostenfrei teilnehmen kann.

Welche weitere Themen hat Eurodata mittelfristig sonst noch auf der Agenda stehen?

Ich halte das Thema Waschen für sehr interessant. Einige unserer bundesweit 100 Berater haben sich auf dieses Thema spezialisiert und wir haben dementsprechend unsere Lösungen auf die Anforderungen in diesem Segment angepasst. Aber auch die Themen Autohöfe, Convenience und Elektromobilität wollen wir künftig verstärkt fokussieren. Ich bin überzeugt, dass sich die Mineralölbranche in Richtung Spezialisierung entwickeln wird. Wir als Eurodata wollen natürlich diesen Weg begleiten und entsprechende Angebote bereitstellen.