

WIR
SPRECHEN
KUNDISCH

MITTELSTAND KOMPAKT



IT und ROI:
Wer braucht
was?



Workshops,
Tipps und
Checks



Schneller mehr
produzieren und handeln

Ratgeber von Experten

Intro

- 4 Fragen Sie die Experten
- 5 Frage / Antwort
- 6 Alles für den Alltag
- 8 Für Sie vor Ort
- 10 Menschen, Märkte, Technik
- 12 Fragen Sie die Experten

14 Branchen & Märkte

- 16 Mit Rat und Tat von A bis Z
- 17 **Handel – Mit Klicken und Schicken zum Erfolg**
- 18 Schnelle, aber richtige Entscheidungen sind das A und O im Onlinehandel
- 20 Tipps für den Handel
- 23 KIK – Ein Filialist erobert einen neuen Vertriebskanal
- 25 Sprung in die Selbständigkeit
- 26 Webshop-Präsenz und schlanke Prozesse entscheiden
- 29 Der Blog für E-Commerce – Onlinehandel Kompakt
- 30 Online am Puls der Zeit
- 31 **Fertigung – Schneller und effizienter produzieren**
- 32 Planung und Management logistischer Versorgungsketten
- 34 Kosten sparen durch ganzheitliches Prozess- & Qualitätsmanagement
- 36 Beispiele produzierender Firmen
- 36 ERP bei Victorinox
- 37 ERP bei Kolma
- 38 Meinungen und Stimmen
- 39 **Fashion – Auf schlanke Prozesse zugeschnitten**

- 40 Maßgeschneidert von Sheep to Shop
- 42 ERP bei der Popken Fashion Group
- 44 **Nahrungs- und Genussmittel – Zutaten für ein Erfolgsrezept**
- 45 Guten Appetit – Know-how in der Nahrungsmittel-Branche
- 46 ECM bei Rungis express
- 48 ERP bei Fredy's
- 49 ERP bei KADI
- 51 ERP bei Natura
- 52 Bernbacher: Qualität aus Bayern
- 56 **Mineralöl & Tankstellen – Treibstoff für den Erfolg**
- 57 Kundenbindung bei BP Global
- 59 BI bei BP – Einblick in Umsätze

62 IT & Technik

- 64 **ERP – Das Schiff sicher steuern**
- 65 Warum ERP?
- 66 Welchen ROI bringt ERP?
- 67 Comarch ERP – Technik für Märkte und Menschen
- 68 Comarch ERP bei John
- 69 Abteilungen und Prozesse
- 69 Multi-Channel-Sales
- 70 Zalando
- 70 ERP-Zeitstrahl
- 71 Unabhängig ausgezeichnet: ERP-System des Jahres
- 71 Zufriedene Kunden in Trovarit-Studie
- 72 Webshops – Zu wenig Prozesse, zu wenig Kontrolle?
- 73 Comarch ERP Webshop bei LXS-Bike
- 74 Online Märkte erobern mit ERP Webshop
- 76 **Mobile ERP – Works on- & offline**

77	Experten im Gespräch – Mobile ERP und Sales Force Automation	116	Support & Partnerschaft
77	Welchen ROI bringt SFA?	118	Software einführen
81	Mobile ERP stark im Feld? – Field Service Management	120	Hotline – Ein Tag mit Mirjana Höllerer
83	ECM – Umsatz durch Ordnung	122	Kundenbetreuung 4.0
84	ECM-Potentiale nutzen – 6 Tipps	125	Akademie – Für das Leben lernen
86	Comarch ECM – Ordnung schafft Umsatz	126	Business Lounge
86	Welchen ROI bringt ECM?	127	Events & Kundentage
88	ECM bei Hilcona	128	Wissen
89	EDI – 1,2,3, 3,2,1 meins	128	Unabhängige Expertise – Institute, Berichte & Experten
90	Welchen ROI bringt EDI?	129	Partner – Dichtes Netzwerk
93	Meinungen und Stimmen	131	Webinare
94	Business Intelligence – Entscheidungen auf den ersten Blick	132	Internationalität
95	Welchen ROI bringt BI?	134	Innovation
96	Financials – Die 3 wichtigsten Fragen bei der Einführung eines neuen Rechnungswesens	138	Karriere, Stipendien und Workshops
100	CRM – Kunden binden: Loyalty-Maßnahmen im Check	140	Mehr als Mittelstand
101	Welchen ROI bringen CRM & Marketing?	142	Der unterschätzte Nachbar
104	Bonusprogramm bei der Mercedes-Benz Bank	146	Telekommunikation
105	HR-Software – Was Personaler wirklich brauchen	148	Banken
108	Cloud – Kleine setzen auf High-Tech aus der „Wolke“	150	Versicherungen
111	Cloud in Zahlen	151	E-Health – Wie werden wir morgen gepflegt?
112	Interview mit Fraunhofer-Forscher – Warum Cloud?	152	Referenzen
115	Lösungen für IT-Sicherheit	154	Meinungen und Stimmen
115	Hostingleistungen bei E-Plus	156	Filme und Fallbeispiele
		158	Outro
		158	Die Experten
		160	Ganz im Vertrauen
		161	Abo
		162	Ratgeber von A bis Z

Fragen Sie die Experten



Frank Siewert

Vorstandsmitglied
Comarch Software und Beratung
frank.siewert@comarch.com

Liebe Leserinnen und Leser,

wer mit Herzblut seine Sache betreibt, der ist eigentlich rund um die Uhr gefordert: Beobachten, Planen, Handeln, Entscheidungen treffen. Was wichtig ist, muss auch richtig sein – nachhaltiger Erfolg ist das Ziel jedes Unternehmens.

Das gilt in jeder Phase; von den ersten Schritten auf dem Markt bis zum 100. Firmenjubiläum. Bei wichtigen und wegweisenden Entscheidungen, aber auch, wenn man unzufrieden mit einem Status quo ist und einfach mehr aus dem eigenen Betrieb herausholen möchte.

99% aller Unternehmen in privater Hand in Deutschland und der Schweiz sind KMUs, Unternehmen aus dem Mittelstand. Das reicht von der kleinen 7-Mann-Werkstatt bis hin zum internationalen Unternehmen mit 1.000 Mitarbeitern.

Wer eine Nische und etwas Besonders gefunden hat, der besitzt eine Vormachtstellung. Deshalb sind viele dieser kleinen und mittelständischen Unternehmen hoch spezialisiert und Profis in ihrem Fach. Erfolg hängt jedoch von einer Vielzahl an Faktoren ab.

Erfolgskritisch sind die Ideen und Produkte, das Wissen und die Prozesse, Schnelligkeit

und Flexibilität, mit denen sich ein Unternehmen von seinen Mitbewerbern abhebt und zum Marktführer oder erfolgreichen Challenger aufsteigt.

Deshalb haben die Spezialisten von Comarch diesen Ratgeber zusammengestellt.

Wir möchten Ihnen ein Experten-Magazin zur Hand geben, in dem wir zentrale Begriffe, Märkte, Branchen und Wirtschafts-Software sowie Lösungskonzepte vorstellen. Sie finden Tipps, wann, wo und wie die Technik hilft. Zu den Software-Lösungen finden Sie Business-Cases und eine Return-on-Investment-Rechnung aus der Praxis. Hat sich der Einsatz bei anderen Firmen gelohnt?

Wir sprechen aus eigener Erfahrung. Comarch ist selbst ein mittelständischer, vom Gründer geführter IT-Konzern mit Niederlassungen rund um den Globus. Die Experten, die diesen Ratgeber geschrieben haben, ließen all ihre Erfahrungen einfließen. Sie kennen die Anwender- und die Hersteller-Seite, von Branchenexperten bis hin zu Software-Spezialisten.

Daher lautet unser Credo: „Konzentrieren Sie sich auf Ihr Spezialgebiet, wir kümmern uns um die Prozesse und die Software.“

Frage / Antwort

Jeder tut, was er am besten kann

Unser Ansatz ist ganzheitlich. Auf den schnell verändernden Märkten unterstützt Comarch Unternehmen dabei, mit modernen IT-Lösungen für alle Unternehmensbereiche die technologische Grundlage für nachhaltigen Erfolg zu schaffen.

Branchen wie Handel, Fertigung, Fashion, Food, aber auch Banken, Telekommunikation, Versicherungen oder Tankstellen sind „bei uns zuhause“, weil ihre Prozesse alle „unter einem Dach“ optimiert wurden. Von Comarch.

Wir sprechen kundisch und helfen gerne, auch für Ihre Situation die passende Lösung zu finden.

Vorhang auf – für den Mittelstand-Ratgeber.
Jetzt geht es in die Breite und in die Tiefe!

Branchen

- Wie können Händler schnell reagieren? 8
- Wie können Versandhändler mehr Kunden erreichen? 20
- Wie kann man mehr und schneller produzieren? 36
- Wie verwalten Textilunternehmen Farben, Größen, Längen / Cups und Waschungen? 40
- Was muss, soll und kann die Food-Branche können? 45

Geschäftsideen

- Wie erschließt man Trends? 10 | 30
- Wie gelingt der Sprung in die Selbständigkeit? 25

Prozesse

- Wie werden Prozesse schneller? 69
- Wie findet man das richtige ERP? 65

Software

- Was gilt es bei der Einführung von Software zu beachten 118
- Wie kann man schneller produzieren? 31
- Welchen Return on Investment hat ERP? 66
- Welchen Return on Investment hat ECM? 86
- Welchen Return on Investment haben CRM-Lösungen? 102
- Wie können kleine Unternehmen Software nutzen? (Cloud) 108
- Online verkaufen – schnell mit dem Webshop starten? 74
- Ist Software in der Cloud sicher? 110

Kunden

- Wie kann man Kunden gewinnen? 20
- Wie kann man Kunden binden? 102
- Wie steuert man Multi-Channel-Sales? 69

Alles für den Alltag

Erfüllt man sich via Online-Bestellung einen Wunsch, so freut man sich, wenn alles reibungslos funktioniert. Viele wissen nicht, welche Prozesse im Hintergrund ablaufen. Frank Siewert weiß es, denn Comarch ist an allen Prozessen beteiligt. So funktioniert das zum Beispiel bei einem Onlinehändler.



Surfen 146

Betreuung der
Telekommunikationsanbieter via
Comarch Telecommunications.



Finden 73

SEO-optimierter
Comarch ERP Webshop

Bestellen 67 via Comarch ERP



Bestätigen 74

via Comarch ERP Webshop



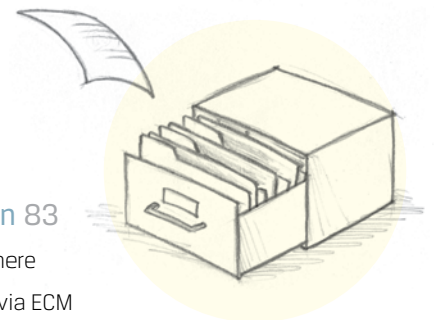
Nachbestellen 67 | 89

Automatische Bestellung beim Großhändler
via Comarch ERP / Comarch EDI



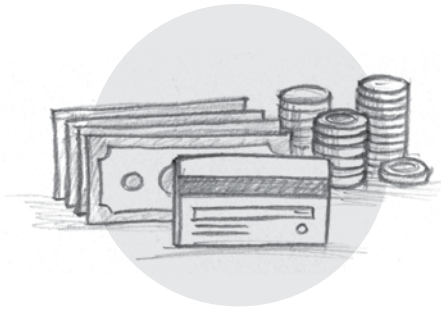
Archivieren 83

Revisionssichere
Archivierung via ECM



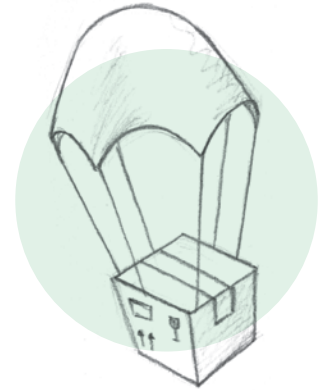
Rechnung buchen 96

via Comarch Financials



Zahlen 149

via Comarch Banking



Paket versichern 150

z.B. via Anbindung an Versicherung,
bei welcher Comarch Non-Life
Insurance die Prämie berechnet



Retournieren 74

via Comarch Webshop



Kunden binden 100

mit Comarch CRM & Marketing



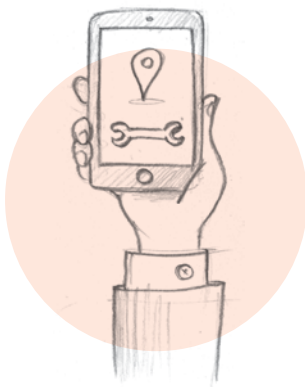
Analysieren 94

mit Comarch BI



Akquirieren 77

mit Comarch Sales Force Automation



Dienstleistung 81

mit Comarch Field Service Management



Personalverwaltung 105

via Comarch HR

Für Sie vor Ort

Im DACH-Raum gibt es nicht nur eine Vielfalt an Landschaften, sondern auch an Wirtschaftszweigen. In jeder wichtigen Wirtschaftsregion in Deutschland, der Schweiz und Österreich sind Niederlassungen von Comarch vor Ort.

Hamburg

In der Hafenstadt spielt der Handel eine wichtige Rolle.

Bremen

Firmen aus Fertigung und Handel sind mit Comarch in regem Kontakt.

Berlin

E-Commerce-Unternehmen, Start-ups und Konzerne optimieren mit Comarch ihre Prozesse.

Düsseldorf

Im Herzen von Deutschlands Industriegebiet betreut Comarch u.a. fertigende Unternehmen.

Münster

Zu Comarchs Kunden in Münster zählen Unternehmen aus Handel und Produktion.

Hannover

Die Stadt der CeBIT ist Zentrum der IT-Trends; Banken, Handel, Produktion sind hier mit Comarch aktiv.

Dresden

Für Handel und Produktion steht hier unter anderem ein großes Data Center zur Verfügung.

München

In der bayerischen Metropole pulsiert die High-Tech-Industrie; Medien, Banken, Onlinehandel und Produktion vertrauen hier auf Comarch.

Arbon

Viele Betriebe aus Produktion und Handel haben in Comarch Swiss ihren Ansprechpartner gefunden.

Luzern

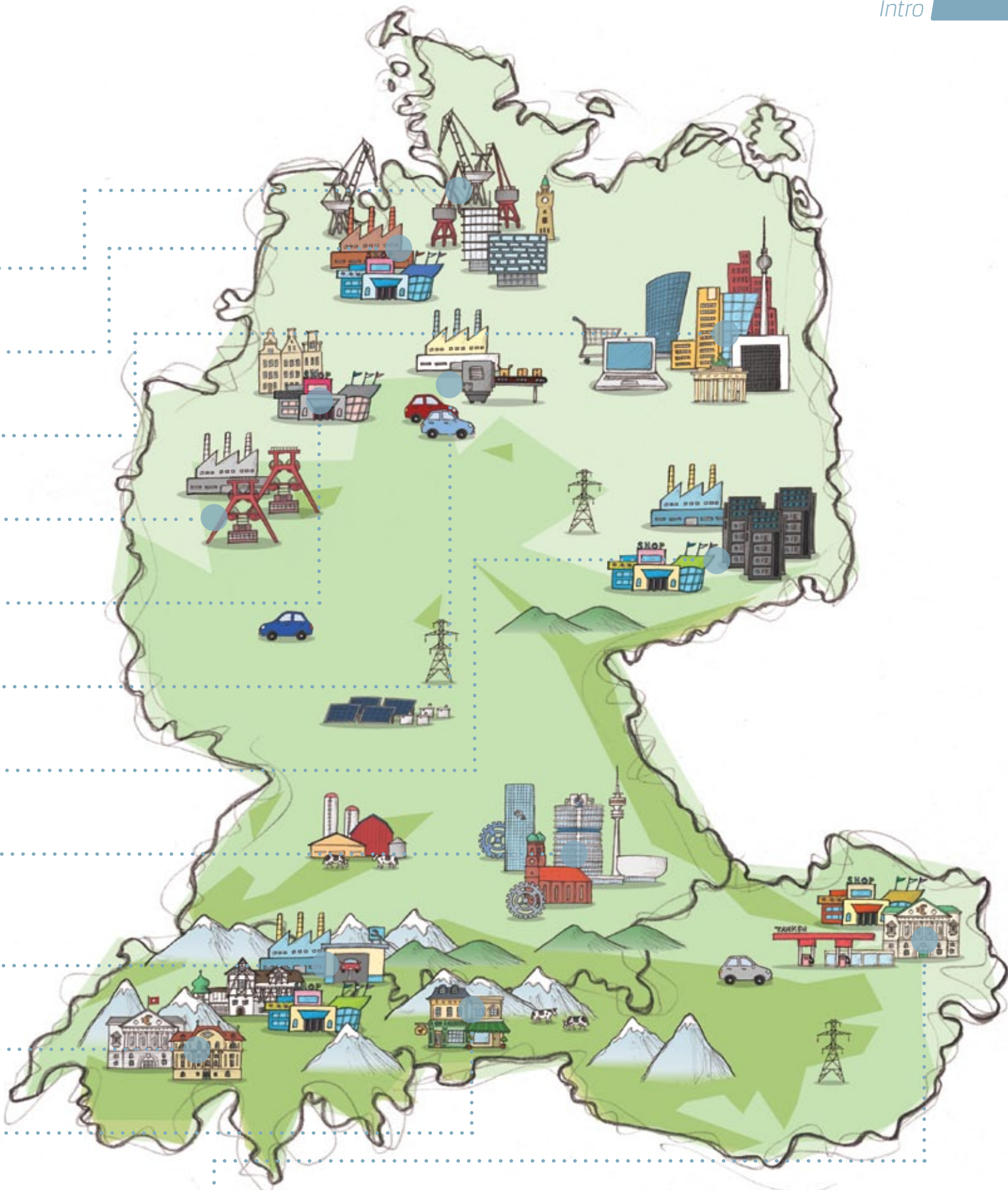
Banken, Händler und Hersteller sind in enger Abstimmung mit Comarch.

Innsbruck

Viele Familienbetriebe mit Tradition arbeiten schon lange und eng mit Comarch zusammen.

Wien

Auch in Wien betreut Comarch Firmen aus den unterschiedlichsten Branchen.



Alle Antworten, Leistungen und Services werden an jedem Standort angeboten. Mehr Informationen unter www.comarch.de.

Menschen, Märkte, Technik

Erfolgskritisch sind die Ideen und Produkte, das Wissen und die Prozesse, Schnelligkeit und Flexibilität, mit denen sich ein Unternehmen von seinen Mitbewerbern abhebt, aber auch Zahlen, Daten und Fakten. Mittelstand Kompakt berichtet über Menschen, Märkte und Technik.

Menschen

Dem Trend immer auf der Spur

Tamagotchi oder Facebook, das eine ist ein One-Night-Stand, das andere ein bleibender Trend. Wie kann man am Puls der Zeit bleiben und Trends erschließen? Wer einen guten Draht zu seinen Kunden hat, ist immer einen Schritt voraus. Ermöglichen Sie Ihren Kunden, Feedback zu geben, sammeln Sie es und werten Sie die Meinungen und Wünsche aus. Gehen Sie mit offenen Augen und Ohren durch die Welt, bei Kunden und Partnern, dem Freundes- und Bekanntenkreis, den eigenen Kindern – oft findet man das Neue, wo man es nicht erwartet. Wer solche Ideen dann in seinem Geschäft einsetzt, kann in der Branche schnell zum Trendsetter werden.

Multi-Channel kann Kunden binden

Zufriedene Kunden kehren wieder. Laut einer PwC-Studie ist eine Multi-Channel-Strategie entscheidender Baustein für Kundenbindung: So kaufen 53 Prozent der Multi-Channel-Shopper (Filiale und Online) bei einem einzigen Händler ein. Handelt es sich nur um Onlinekäufer, liegt der Prozentsatz bei 13 Prozent.

Nur Menschen zählen

Menschen sind der Erfolgsfaktor Nummer 1. Gespür für Kunden, aber auch für die richtigen Mitarbeiter ist entscheidend. Eine Studie hat aber ergeben, dass knapp die Hälfte von 100 befragten Arbeitnehmern effizienter alleine arbeitet als im Team.



Magdalena Duda
Redaktion Mittelstand Kompakt

Die studierte Journalistin geht den Sachen gerne auf den Grund. Seit mehr als einem Jahrzehnt ist sie im Mittelstand zuhause, Marketing und hier speziell das Onlinegeschäft sind ihre Schwerpunkte. Sie spricht fünf Sprachen.

Märkte

Auf Nummer sicher – IT-Sicherheit ist Top-Thema

IT-Sicherheit ist derzeit das Trend-Thema Nummer eins! Das hat eine Umfrage von BITKOM unter ITK-Unternehmen in Deutschland bezüglich der wichtigsten aktuellen Technologie- und Markttrends ergeben. Rund 57 Prozent der Befragten nannten IT-Sicherheit als Top-Thema, Cloud Computing nannten 49 Prozent. Mobile Computing kommt mit 47 Prozent auf Platz 3 der wichtigsten IT-Trends.

Digitaler Wandel: Ferner Osten sieht online fern

In Russland gibt es offensichtlich die meisten Nutzer von Online-Videos täglich. Das ergab eine Umfrage von TNS Infratest im Zeitraum mit 55.000 Befragten in ausgewählten Ländern weltweit. Russland belegt dabei den ersten Platz mit 44 Prozent der Nutzer von Online-Videos, gefolgt von Italien, China und Singapur mit jeweils 33 Prozent. Ein Viertel (25 Prozent) der Weltbevölkerung sieht derzeit täglich Online-Video-Inhalte auf einem PC, Laptop, Tablet oder Handy.



Janina Hänsel
Redaktion Mittelstand Kompakt

Die belesene Wirtschaftswissenschaftlerin hat umfassende Erfahrungen in den Bereichen IT Services, EDI und ERP gesammelt. Ihr Schwerpunkt liegt dabei auf der digitalen Welt der Wirtschaft.

Beherrschung des Feuers
500.000 v.Chr.

Wagenrad
und Keilschrift
3500 v.Chr.

Flaschenzug
750 v.Chr.

alchemistische
Forschung
300 n.Chr.

Buchdruck mit
Druckpresse und
beweglichen Lettern
1450

moderne
Dampfmaschine
1765

elektrische
Glühlampe wird
patentiert
1841

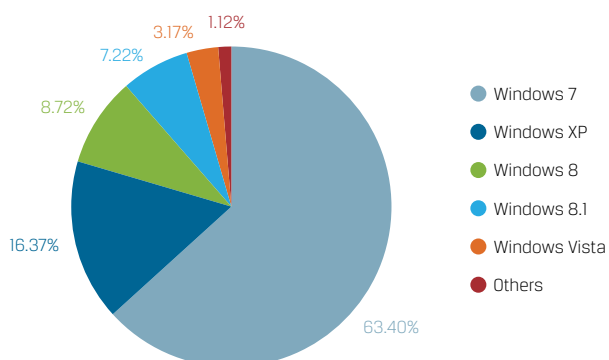
programmgesteuerte
Rechenmaschine
1941

Technik

Alte Software? Öfter als man denkt

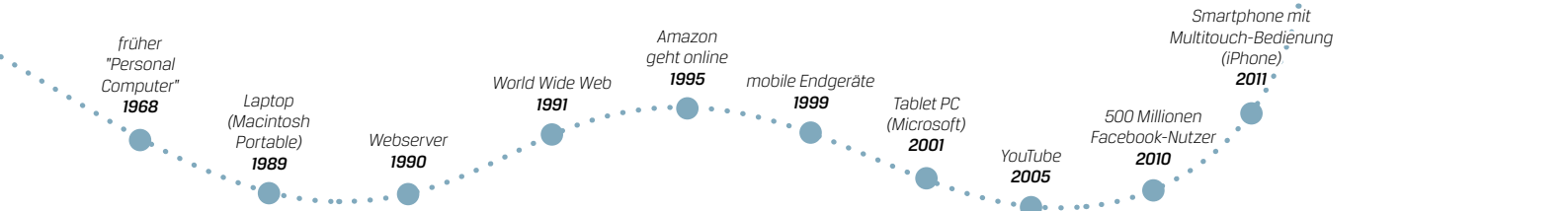
Veraltete Software birgt oft Sicherheitsrisiken, da sie anfällig für Viren und andere Hackerangriffe wird. Dennoch steht für viele das Thema Software-Aktualisierung nicht gerade oben auf ihrer To-Do-Liste. Das neueste Beispiel: Obwohl Microsoft sein Betriebssystem Windows XP bereits seit April 2014 nicht mehr technisch unterstützt und keine Sicherheitsupdates mehr herausbringt, kam jetzt bei einer Umfrage des Antiviren-Dienstleisters Kaspersky heraus, dass im Juni immer noch 16 Prozent aller Windows-Nutzer das veraltete Betriebssystem XP verwenden. Microsoft warnt: Damit steige das Risiko signifikant, den Computer mit Viren oder anderen Schadprogrammen zu infizieren. Gerade Firmenkunden sollten sich nicht damit aufhalten, selbst diese Lücken in XP zu schließen. Sie seien besser beraten, auf ein modernes Windows 7 oder 8 umzusteigen. XP-Anwender müssten auch damit rechnen, dass für neue Drucker und andere Hardware keine geeigneten Treiber mehr vorhanden seien.

81 Prozent der Firmen sehen ein Technologie-defizit bei sich.



Nutzung von Windows-Versionen weltweit im Juni 2014.

Quelle: Kaspersky 2014



Doch nicht nur bei Betriebssystemen lohnt es sich, rechtzeitig zu aktualisieren: Auch im Bereich Unternehmens-IT bringt eine Modernisierung Sicherheits- und Effektivitätsvorteile. Eine von Colt Technology Services beauftragte Studie fand heraus, dass 81 Prozent der deutschen Unternehmen ein Technologiedefizit bei sich bemängeln, verglichen mit 72 Prozent im europäischen Durchschnitt. Als häufigste Sorgenkinder wurden Kommunikationstechnologie, Datenzentren- und Netzwerkinfrastruktur genannt. Anwender wünschen sich hier mehr Einfachheit und Flexibilität. Als mögliche Lösungen sieht die Umfrage den Umstieg auf servicebasierte Modelle wie Infrastructure-as-a-Service, Software-as-a-Service und Datenzentren (Colt News 17.06.14). Dies wird auch in der „2014 Future of Cloud Computing Survey“ bestätigt, die gemeinsam von North Bridge und Gigaom veröffentlicht wurde: So investieren Unternehmen heute durchschnittlich 80 Prozent ihres IT-Budgets in die Instandhaltung der vorhandenen, traditionellen IT-Infrastruktur. Das Festhalten an überalterten Systemen wird für das Unternehmen auf Dauer teuer, ein Umstieg auf IT-Lösungen der nächsten Generation kann auf lange Sicht die günstigere Alternative sein.



Komplette Umfrage unter:

www.de.slideshare.net/mjskok/2014-future-of-cloud-computing-4th-annual-survey-results.



Wiltrud Henkel
Redaktion Mittelstand Kompakt

Die Maschinendokumentation und Lehrmitteleerstellung für Software gehen der studierten Technischen Redakteurin leicht von der Hand. Sie kennt sich bestens aus in Fast Moving Consumer Goods, Customer Insight, Big Data Analysis und Automation.

Fragen Sie die Experten

Jede Branche funktioniert anders. Mit der folgenden Auswahl möchten wir Ihnen die Vielzahl an Herausforderungen, Lösungen und Tipps in kompakter Form zeigen – alles unter einem Dach. Denn die unterschiedlichsten Branchen sind bei Comarch zuhause, weil sie auf die Kompetenz eines Full-Service-Anbieters zurückgreifen und die Sicherheit, die sich auch in stürmischen Zeiten dadurch bietet.

Branchen & Märkte	14
-------------------	----

IT & Technik	62
--------------	----

Support & Partnerschaft	116
-------------------------	-----



Branchen & Märkte

Wer sind die Käufer von morgen, wie schafft man es, schneller und flexibler zu sein und diese Käufer zu erreichen und zu binden? Im Branchenspecial erfahren Sie mehr von unseren Experten.



Zeit ist Geld, gerade in Branchen wie Onlinehandel oder Fertigung. Rund um die Uhr laufen die Fließbänder, 24 Stunden werden die virtuellen Warenkörbe mit Klicks befüllt. Schnelligkeit und Effizienz sind mehr als Schlagworte, es sind die Triebfedern für wirtschaftlichen Erfolg.



Mit Rat und Tat von A bis Z

In den folgenden Branchen-Reports legen Experten dar, wie Unternehmen ihre ganz eigenen Prozesse optimieren können. Die Fragen, die Handel, Produktion, Fashion, Fertigung, Nahrungs- und Genussmittel und Mineralöl und Tankstellen beschäftigen, erörtern unsere Experten.



Handel 17

Im Handel gilt es, so schnell zu sein wie die 1-Klick-Bestellung. Gerade im Onlinehandel entstehen viele neue Geschäftsideen. Wer handelt, muss bestimmte Prozesse beherrschen.



Nahrungs- & Genussmittel 44

Wer einen guten Appetit garantieren will, muss bestimmte Prozesse steuern, z.B. Chargenrückverfolgung, VMI-Management, Displaybau, NUG-spezifische Chargen- und Haltbarkeitsdatenverwaltung und mehr.



Produktion & Fertigung 31

Die Fertigung steht im globalen Wettbewerb. Manufacturing 4.0, Planung und Management logistischer Versorgungsketten und die Möglichkeiten, Kosten zu sparen

durch ganzheitliches Prozess- & Qualitätsmanagement sind wichtige Themen.



Mineralöl & Tankstellen 56

Auf den Autobahnen reiht sich Tankstelle an Tankstelle. Daher ist es besonders wichtig für die Betreiber, auf treue Kunden zu zählen.



Fashion 39

Die Fashion-Branche braucht passgenaue Lösungen, da es dort besonders viele Artikelvarianten in den Auslagen gibt.



Lesen Sie auch unser Interview-Magazin „Die sprechen kundisch“ mit 15 Unternehmen aus fünf Branchen, die Rede und Antwort stehen zu Geschäftsideen, Lösungen und mehr.



Mehr über die Branchen erfahren Sie in den Interviews in Mittelstand Kompakt:

www.comarch.de/mittelstandkompakt

Handel – Mit Klicken und Schicken zum Erfolg

Onlinehandel boomt. Schon lange ist der dritte Sektor, der Dienstleistungssektor, die Nummer Eins. Online warten neue Märkte, die besonders schnelllebig sind. Viele Unternehmen, die im Handel aktiv sind und sich im Onlinehandel neue Geschäftsfelder schaffen, wollen auch auf die digitale Überholspur. Lesen Sie, was unsere Experten sagen.

„Wir sind stur in unserer Vision. Wir sind flexibel im Detail“

Jeff Bezos, Amazon-Gründer



Schnelle, aber richtige Entscheidungen sind das **A** und **O** im **OnlinehA**ndel

Abstrakte Prozesse, komplizierte Datenstrukturen, unübersichtliche Anwendungen... das bremst eine Branche, die so schnell funktionieren muss wie die 1-Klick-Bestellung.

Der wachsende Fortschritt auf dem Markt führt immer mehr dazu, dass einige Unternehmen sich anpassen und andere keine Möglichkeit haben, dem Wachstum gerecht zu werden. Die harten und weichen Faktoren, um erfolgreich mitzuwirken, strecken sich über mehrere Ebenen. Und hier gibt es nochmals Ebenen. Um den richtigen Grad der Abstraktion zu finden, werden unterschiedliche IT-Produkte und Dienstleistungen angeboten. Oft ist das Angebot genauso verwirrend wie Ebenen und Metaebenen. Denn welche ist nun die richtige Lösung?

Den rechtlichen Aspekt dabei nicht aus den Augen zu verlieren, wird immer schwieriger. Mit der dramatischen Änderung der IT verliert das Recht seine Steuerungsfunktion. Um den Aufgaben nachzukommen, müssen Juristen nicht nur die Prozesse, sondern auch die wandelnden Marktsituation sowie Legislativen analysieren, um die IT-Transaktionen effektiv zu gewährleisten. Eine Aufzählung

der zu beachtenden und vorzunehmenden Schritte zeigt, dass auf Grund der rechtlichen Aspekte juristische Anpassungen an den Fortschritt nicht einfach sind.

„Fest definierte Berichte waren gestern, Cockpit-Auswertungen sind heute und Quick-Decision-Center sind die Funktionen von morgen.“

Ein entscheidender Faktor für die Schnelligkeit von handelnden Unternehmen sind schnelle, anpassbare und flexible Auswertungsmechanismen. Fest definierte Berichte waren gestern, Cockpit-Auswertungen sind heute und Quick-Decision-Center sind die Funktionen von morgen. Der aktuelle Trend sind Cockpit-Anwendungen, die sowohl schnelle Transparenz der betriebswirtschaftlichen Prozesse mit einfacher Struktur bieten sollten, über speicherbare Abfragemuster



schnelle und ergebnisorientierte Auswertungen erzeugen und schließlich diese Ergebnisse in formatierter Form ausgeben.

Schnelle Entscheidungswege wiederum liegen in den Funktionen des „Quick-Decision-Centers“. Kürzere Wege zur Abfrage der relevanten Daten für den Einkauf führen zur Optimierung der Einkaufsaktivitäten. Ein bes-

serer Überblick ohne Irritationen, um marktaktuelle Informationsnutzung zu gewährleisten.

Innovative Lösungen mit Zukunftsperspektive, die ohne großen Aufwand viel bewegen und somit die Steuerung der Märkte übernehmen – Das bringt Schnelligkeit und Transparenz.



Hilal Rüzgar
 Consultant
 Comarch
hilal.ruezgar@comarch.com

Hilal Rüzgar ist Wirtschaftswissenschaftlerin mit den Schwerpunkten Projektmanagement und Wirtschaftspsychologie. Sie arbeitet intensiv mit Comarch ERP und verfügt über umfassende Projekterfahrung und Fachwissen im Handel.

Tipps für den Handel

Diese Übersicht zu Versandhandel, Großhandel und Filialhandel zeigt, mit welchen Lösungen Händler schneller und effizienter werden – um die Erwartungen ihrer Käufer zu erfüllen.

Versandhandel

Viele Versandhändler fahren die Online- und Multi-Channel-Vertriebsstrategie. Die Nutzung mehrerer Vertriebskanäle erhöht den Umsatz pro Kunde, da Sie Ihren Kunden genau auf dem Kanal erreichen, wo er gerade einkaufen will. Folglich geben Ihre Kunden mehr Geld bei Ihnen aus. Ebenso sprechen Sie mit neuen Kanälen auch neue Kunden an und erweitern so Ihren Markt.

Basis dafür ist eine flexible und performante Plattform. Es sollten sich alle Vertriebskanäle in einem einzigen System abbilden lassen, zum Beispiel mit einem ERP-System. Dort lassen sich bei Multisite- und Mehrmandanten-Fähigkeit einer Anwendung mehrere Firmen im In- und Ausland steuern. Der hohe Automatisierungsgrad in der Bestellabwicklung unterstützt bei der Abwicklung der zunehmenden Anzahl an Bestellungen und hilft, durch bessere Ausnutzung vorhandener Ressourcen die Marge zu steigern.

Ziele:

Mehr Kunden erreichen

Mit Einsatz mehrerer Vertriebskanäle können bestehende Kunden besser erreicht und zusätzlich neue Kundengruppen angesprochen werden.

Kundenbedürfnisse befriedigen

Jeder Kunde ist anders. Mit Hilfe von Multi-Channel-Vertrieb kann das Angebot Ihres Unternehmens effektiv an einen großen Kundenkreis angepasst werden. Je bequemer und angenehmer der Einkauf für Kunden ist, desto höhere Gewinne erzielt ein Unternehmen. Es besteht die Möglichkeit, im Rah-

men von Kampagnen spezielle Produktrabatte und -preise für bestimmte Kundengruppen zu definieren und somit die Nachfrage noch besser zu steuern.

Den internationalen Markt erobern

Der Verkauf von Produkten über Amazon, eBay, Otto oder Rakuten kann bei der Erschließung des internationalen Marktes helfen.

Mehr Effizienz

Alle eingehenden Bestellungen können z.B. mit einem guten ERP-System automatisiert verarbeitet werden, wodurch die Bearbeitungs- und Durchlaufzeiten erheblich gesenkt werden. Gute Software ermöglicht dann durch integrierte Tools zur Datenanalyse eine laufende Kostenkontrolle und die Erstellung aller benötigten Berichte und Listen, z.B. zu Rentabilität und Einkaufsgewohnheiten.

Effektive Lagerbestandsverwaltung

Mit einem ERP-System kann sichergestellt werden, dass stets das gesamte Sortiment im entsprechenden Vertriebskanal verfügbar ist.

Umfassende Prozessunterstützung in der gesamten Lieferkette

Engpässe in der gesamten Lieferkette müssen schnell identifiziert und reduziert werden. Mögliche Tools dafür sind die Reservierung von Beständen für einzelne Vertriebskanäle, fixe Bestandswerte für Handelsware pro Vertriebskanal, Unterstützung von Ampelsystemen zur Verfügbarkeit in ausgewählten Webshops, Bestandsberechnung auf Basis von Verfügbarkeitsregeln sowie automatisierte Benachrichtigung des Kunden bei Wiederverfügbarkeit des Artikels.

Automatisierung der Retourenverwaltung

Retouren sind ein nicht zu vernachlässigender Kostenfaktor im Versandhandel. Bei der Verarbeitung von Retouren sollten Händler so effizient wie möglich vorgehen und die zurückgesendete Ware schnellstmöglich wieder verkaufsbereit machen. Davon profitiert auch die Qualität des Kundenservice, denn je schneller und unkomplizierter der Kunde sein Geld zurückbekommt, desto zufriedener ist er.

Zentrale Verwaltung von Artikeldaten

Eine wirkungsvolle Präsentation des Sortiments steigert den Umsatz des Webshops. Die angebotenen Produkte sollten mit genauen und umfassenden Beschreibungen, sowie passenden Bildern und Videos oder Präsentationen versehen werden. Für das internationale Geschäft ist die mehrsprachige Darstellung dieser Informationen wichtig.

Bezahlmethoden und automatisierte Abrechnung

Bequem für Kunden ist ein großes Angebot an Zahlungsmethoden, u.a. PayPal, Kreditkarten, BillPay, BillSafe, Nachnahme, Vorkasse und Sofortüberweisung.

Großhandel

Der Großhandel boomt – seit 2010 verbucht die Branche jedes Jahr ein zweistelliges Umsatzwachstum. Ständig neue Anbieter setzen regelmäßig neue Trends, denen die gesamte Branche hinterherhinkt.

Effizienz als Grundlage für den Erfolg

Eine gute Warenwirtschaftslösung für den Großhandel ist in der Lage, das Optimum aus den verfügbaren Ressourcen zu holen.

Komplexität unter Kontrolle

Doch leider ist höchste Effizienz bei der Auftragsbearbeitung heutzutage kein Alleinstellungsmerkmal mehr, welches das Unternehmen an die Spitze bringt. Es ist eine vielmehr eine komplexe Kombination aus Vertriebskanälen, Sortimenten, Kundengruppen und Werbemitteln. Wer die Interessen seiner Kunden kennt und weiß, wie sie angesprochen werden und ihren Einkauf tätigen wollen, holt sich Marktanteile und somit Umsatz.

Ständiger Wandel

Software für den Großhandel darf vor allem eines nicht sein – schwerfällig. Wer bei der Einführung wertvolle Zeit verliert oder mit dem Ausbau seines Business lange auf die benötigten Softwareentwicklungen warten muss, kann dies oft nur mühselig wieder aufholen. Deshalb sollten neue Software-Lösungen auf den Großhandel zugeschnitten sein und jederzeit um neue Vertriebswege, Bezahlmethoden und Fulfillment-Dienste erweiterbar sein.

Informationen im technischen Großhandel müssen hoch verfügbar sein, bedarfsorientiert, und das am besten auf Tastendruck, damit die Geschäftsführung und die Mitarbeiter schnell und fundiert entscheiden oder auf frühzeitig erkannte Trends zeitnah reagieren können.

Tipps zur Zielfindung:

Unternehmensleitung

- Mehr Transparenz
- Höhere Produktivität und Kostenreduktion
- Steigende Umsatzrentabilität
- Schnelligkeit und Flexibilität
- Verstärkung des Qualitätsbewusstseins

Lager und Logistik

- Senkung der Bestände
- Schnelle Bestandsauskunft
- Flexible Bevorratungsmöglichkeiten
- Kürzere Durchlaufzeiten

Rechnungswesen und Controlling

- Schnelle Verfügbarkeit der Unternehmenskennzahlen
- Transparentes Kennzahlensystem
- Verbesserung der Liquidität
- Gleichmäßige Ressourcenauslastung
- Senkung der Rüstzeiten
- Schnelle Entscheidungs- und Eingriffsmöglichkeiten

Verkauf

- Flexible Preisgestaltung
- Verlässliche Terminermittlung
- Transparente Kundeninformationen
- Sehr hohe Liefertreue
- Qualitätssicherung
- Verbesserung der Qualität
- Reduzierung von Ausschuss
- Verfolgung von Serien und Losen

Einkauf

- Senkung der Beschaffungskosten
- Klassifizierung von Lieferanten
- Variable Markt- und Preisinformationen
- IT und Organisation
- Zukunftsweisende IT-Strategie
- Zentrale Datenhaltung
- Niedriger Administrationsaufwand

Stationärer Handel

Im stationären Handel sind ganz bestimmte Voraussetzungen gegeben. Mehr dazu erfahren Sie im Interview live von der Ce-BIT 2014 mit dem BMW- und Mini-Vertragshändler B&K.

„Comarch ECM hat eine leistungsfähige Technologie, die die tägliche Arbeit in diesem Bereich beschleunigt hat“, so Carsten Stock, Leiter der gesamten Verwaltung bei B&K.



KiK – Ein Filialist erobert einen neuen Vertriebskanal



Der textile Grundversorger KiK erweiterte das bestehende Filialnetz von 3.500 Standorten im Jahr 2013 um einen Onlineshop (www.kik.de), der den Kunden rund um die Uhr zur Verfügung steht. Sämtliche warenwirtschaftlichen Prozesse werden beim Onlineshop von KiK mit einem ERP-System abgebildet.

Ausgangssituation

KiK war auf der Suche nach einem neuen Vertriebskanal und hat deshalb Mitte 2013 den neuen Onlineshop KiK gestartet.

Zielsetzung

Das Ziel fasst Markus Ziemann, Projektleiter bei KIK24 E-Commerce GmbH, so zusammen: „Wir suchten seinerzeit in der

Projektphase eine leistungsstarke, internetbasierende Softwarelösung, die allen unseren Ansprüchen gerecht wird und das große Bestellvolumen abfangen kann.“

Entscheidung

Die Geschäftsführung der KIK24 E-Commerce GmbH, Heinz Speet und Darius Kauthe, begründen die Entscheidung für die



Business Case

ERP-Software: „Wir haben uns ganz bewusst für eine internet-basierte und moderne Unternehmenssoftware entschieden. Comarch ERP war das System, das unsere Erwartungen am Ende sogar übertroffen hat.“



Projekt

Zur Umsetzung des Onlineshops hat Kik einen separaten Logistikstandort aufgebaut. Sämtliche Prozesse werden an diesem Standort mit dem ERP-System von Comarch abgebildet.

Nutzen

Im Live-Betrieb zeigte das ERP, dass es aufgrund der hohen Skalierbarkeit enorme Bestellvolumen verarbeiten kann. Am Anfang arbeiteten 25 Mitarbeiter bei Kik24 mit Comarch ERP, derzeit sind es 70 Mitarbeiter, wobei die komplette Lagerlogistik bei Kik auch mit dem Comarch-System abgewickelt wird. Comarch ERP ist in der Lage, über Multi-Channel-Sales sämtliche Onlineshops schnell und tief integriert anzubinden.

Einführung in fünf Monaten

Die Software erlaubt die optimale Abbildung sämtlicher Geschäftsprozesse von Kik und wurde von den Comarch-Mitarbeitern äußerst schnell umgesetzt. Von der Vertragsunterzeichnung bis zum produktiven Einsatz vergingen nur fünf Monate. Markus Ziemann berichtet über die schnelle Einfüh-

rungsmethode: „Wir haben uns zusammen mit Comarch für die Business SCRUM Methode entschieden für die Einführung. Dies wird in einem fest definierten Zeitraum abgewickelt: In mehreren Sprints werden Teilprojekte erarbeitet und auch abgeschlossen. Das ist natürlich für die Budgetierung besser, man kann klar kalkulieren und die Zeit ist vorgegeben. Innerhalb von fünf Monaten waren wir fertig.“ Die Software ließ sich in so kurzer Zeit inklusive sämtlicher Scanner-Prozesse einführen, da das System äußerst flexibel und anpassbar ist.

Ausblick

Durch die Multisite-Struktur ist die zukünftig geplante Internationalisierung von Kik und eine Ausweitung auf weitere Länder schon in Comarch ERP vorbereitet.

Auszeichnung für das Projekt

Für das Projekt mit dem Referenzkunden Kik wurde Comarch ERP als ERP-System des Jahres in der Kategorie Versandhandel ausgezeichnet. „Das stärkt uns natürlich wieder in unserer Entscheidung, auf das richtige Produkt gesetzt zu haben,“ sagt Markus Ziemann von Kik.



Das Video zu dem Business Case Kik steht online bereit unter:

www.comarch.de/it-loesungen/erp/referenzen/kik



Uwe Rese
Projektleiter
Comarch
uwe.res@comarch.com

Uwe Rese ist als gelernter Groß- und Außenhandelskaufmann direkt nach der Berufsausbildung in die ERP-Beratung eingestiegen. Seine Erfahrungen in der ERP-Beratung und Projektleitung beruhen auf Implementierungen und Realisierungen verschiedenster ERP-Projekte in Deutschland und der Schweiz.

Sprung in die Selbständigkeit

„Der Internethandel ist Wachstumstreiber Nummer eins im deutschen Einzelhandel. ... Internet-Pure-Player, Onlineshops stationärer Händler und Hersteller-Webshops prägen den Internethandel. Doch auch das Onlinewachstum der klassischen Katalogversender ist weiterhin beachtlich.“

Branchenreport 2012 – Internethandel, IFK Köln

Seit Jahren wächst der Onlinehandel, Couch-Shopping wird immer beliebter. Wer hier eine tragfähige Geschäftsidee für einen neuen E-Shop hat, möchte sie schnell in die Tat umsetzen. Viele Firmengründer stehen dabei vor ganz neuen Herausforderungen. Neben Anlaufstellen wie den Industrie- und Handelskammern steht der IT-Dienstleister Comarch jungen Start-ups beratend für Fragen zum Onlinegeschäft zur Verfügung. Hier fließt das Wissen aus den Projekten mit jungen Onlinehändlern ein, z.B. LXS-Bike.

LXS-Bike ist der Onlineshop des jungen Dresdner Unternehmens International Bike. Der E-Shop hat ein großes Sortiment an Fahrradteilen und Zubehör im Angebot und richtet sich an Radfahrer aller Zielgruppen. Die Produkte stehen rund um die Uhr im Webshop sowie via eBay und Amazon zum Einkauf bereit.

Der Onlineshop LXS-Bike von International Bike ist ein klassisches Start-up-Projekt. Geschäftsführer Jens Göpel und Ge-

sellschafter Jan Friedrich, der alle IT-relevanten Themen im jungen Unternehmen koordiniert, haben den Onlineshop 2011 ins Leben gerufen.

International Bike hat für LXS-Bike einen kundenfreundlichen Webshop gesucht, der eine Bestellung mit wenigen Klicks ermöglicht. Zudem wurde ein ERP-System benötigt, welches einen Multikanalbetrieb für eBay, Amazon und den Webshop absolut reibungslos gewährleistet. Aufgrund der saisonalen Vertriebszeiten bei Fahrrädern ist mit hohen Verkaufszahlen in der Fahrradsaison zu rechnen. Lagermengen müssen daher überwacht werden, damit ein Überverkauf vermieden wird. Benötigt wurden auch Mechanismen, um Lagermengenpuffer für die einzelnen Kanäle zu definieren.

Mehr über den Webshop von LXS-Bike auf Seite 73.



Webshop-Präsenz und schlanke Prozesse entscheiden

Wer den Online-Verkaufskanal brach liegen lässt, der verschenkt Geschäft – diese Regel gilt heutzutage für die meisten Unternehmen. Doch nur wer eine enge Integration zwischen ERP-System und E-Commerce-Modul realisieren kann, wird den maximalen Erfolg ernten. Zu diesem Thema diskutierte Midrange Magazin (MM) mit Frank Siewert, Mitglied des Vorstands von Comarch.

Midrange: Im Bereich des Online-Handels gilt die enge Integration von Shop-System und Warenwirtschaft beziehungsweise ERP-System als entscheidender Faktor. Welche Architekturmerkmale sollten Anwenderunternehmen unbedingt beachten?

Frank Siewert: Ein erfolgreicher Online-Handel lebt sowohl von einer guten Webshop-Präsenz als auch von schlanken und effektiven internen Prozessen. Daher ist es das A und O, dass die beiden Welten – Shop und ERP-System – quasi funktionell verschmelzen. Grundlage hierfür ist, dass diese beiden Systeme die gleiche Sprache sprechen, also auf der gleichen technischen Basis – wie etwa Java oder .NET – agieren. Wichtige betriebswirtschaftliche Funktionen müssen für den Webshop über Webservices aus dem ERP-System abrufbar sein. Als Beispiel seien hier nur die Artikelverfügbarkeit und die Konditionsfindung genannt.

Midrange: Trifft das auch auf Standardprozesse zu?

Frank Siewert: Ja, selbst bei Standardprozessen, wie zum Beispiel bei der Bezahlung per Vorkasse, wird jedem deutlich, wie die Systeme zusammen agieren müssen. Mit dem Abschicken des Warenkorbs wird im ERP-System ein Vertriebsauftrag generiert, der für die weitere Verarbeitung gestoppt wird, bis das Rechnungswesen den Zahlungseingang meldet. Nach Zahlungseingang werden die Folgeprozesse angestoßen und es erfolgt zusätzlich die entsprechende Kommunikation mit dem Endkunden, entweder über den Shop oder über das ERP-System.

Midrange: Wie lässt sich die Datensicherheit für die Kern-IT aufrechterhalten, wenn ein Shop-System integriert werden soll?

Frank Siewert: Datensicherheit ist vor allem in der heutigen Zeit ein ganz wichtiger Punkt. Generell kommen hier zwei separate Systeme zum Einsatz. Auf der einen Seite der Webshop und auf der anderen Seite das ERP-System. Beide Systeme besitzen eigene Datenbanken und müssen miteinander kommunizieren. Der interne Austausch der relevanten Informationen sollte selbst hier in verschlüsselter Form erfolgen.

„Suchen Sie sich einen Partner, der Sie davor bewahrt, in jede Falle reinzulaufen, in der schon andere gelandet sind.“

Midrange: In welchem Rechenzentrum sollten die Systeme betrieben werden?

Frank Siewert: Das ist ein weiterer Gesichtspunkt, den ein Unternehmen genau durchdenken sollte. Hierbei muss man unbedingt darauf achten, dass Sicherheitsstandards zum einen über entsprechende Zertifikate testiert sind und sie zum anderen auch korrekt umgesetzt werden.

Midrange: Wie sieht das bei Ihrer Lösung aus?

Frank Siewert: Das Shop-System von Comarch ist eine eigenständige Anwendung mit eigener Datenbank und wird auch als Cloud-Lösung in einem der sichersten Data Center – das gehört ebenfalls Comarch – betrieben. Die Schnittstelle zwischen dem Shop-System und ERP sorgt dafür, dass nur die relevanten Informationen gemäß den Einstellungen regelmäßig und natürlich verschlüsselt ausgetauscht werden.

Midrange: Welche Funktionalitätsverteilung zwischen ERP-

System und Shop-System ist im B2B-Bereich sinnvoll?

Frank Siewert: Das Wichtigste ist, dass sowohl die benötigten Daten als auch die benötigten Funktionalitäten nur einmal vorliegen und sich beide Systeme daraus / davon bedienen. Die zweite Regel ist, dass jedes System die Aufgaben übernimmt, für die es am besten geeignet ist. So ist zum Beispiel das ERP-System prädestiniert dafür, die Verfügbarkeit der Artikel zu prüfen und die Konditionsfindung vorzunehmen. Der Shop wiederum ist für die Präsentation der Artikel im Internet verantwortlich und hält somit den Content und die Bilder parat. Wenn jetzt beide Systeme auf gleicher technischer Ebene kommunizieren können, hat man die ideale Voraussetzung für einen Geschäftsbetrieb im B2B-Bereich.

Midrange: Wie wichtig ist die schnelle Anbindung von Bezahlssystemen – und welche Bezahlssysteme unterstützt Ihre Lösung?

Frank Siewert: Die Anbindung von Bezahlssystemen ist elementar. Eine tiefgreifende Anbindung der üblichen Zahlungsdienstleister und Zahlungsmethoden, wie PayPal, Sofortüberweisung, Kreditkarte und BillSAFE, sind die Voraussetzung, die für Comarch selbstverständlich zur Grundausstattung gehören.

Midrange: Über welche Schnittstellen sollte der Datenaustausch zwischen Shop-System und ERP-System laufen, und wie können hier Dienstleister den Anwenderunternehmen helfen?

Frank Siewert: Auf alle Fälle sollte die Schnittstelle via Webservices aufgebaut werden. Das ist heutzutage State of the Art. Auf Wunsch kann in der Comarch- Welt auch noch über Corba kommuniziert werden.

Midrange: Wen sehen Sie hier in der Pflicht?

Frank Siewert: Gern sind wir als Dienstleister dabei behilflich. Doch unser Ziel ist es, unsere Kunden in die Lage zu versetzen, diese Aufgabe selbst zu übernehmen. Deswegen haben wir

uns sehr viel Mühe gegeben, diese Schnittstellen praxisorientiert zu dokumentieren, so dass unsere Kunden hierbei nicht auf uns angewiesen sind.

Midrange: Was sollte ein mittelständisches Unternehmen besonders beachten, wenn es sich zu seinem bestehenden ERP-System einen Online-Verkaufskanal aufbauen möchte?

Frank Siewert: Zuerst einmal muss man sich über die technischen und funktionalen Anforderungen klar werden. Der Erfolg hängt aber entscheidend davon ab, ob man diesbezüglich einen professionellen Partner für sein Vorhaben zur Seite hat. Wir empfehlen daher den Entscheidungsträgern, sich an entsprechenden Referenzen aus diesem Bereich zu orientieren – und das möglichst eigenständig. Ein Schritt in die Online-Welt ist bei weitem nicht nur ein technisches Projekt, sondern auch ein organisatorisches. Das Regelwerk und die marketingtechnischen Gepflogenheiten unterliegen anderen Gesetzen als der klassisch stationäre Handel. Daher meine Empfehlung: Suchen Sie sich einen Partner, der Sie davor bewahrt, in jede Falle reinzulaufen, in der schon andere gelandet sind. Comarch verfügt über weitreichende Kompetenzen im Bereich Online-Handel, unsere Projekte mit Zalando und KiK wurden ausgezeichnet (ERP-System des Jahres 2011 und 2013 in den Kategorien E-Business und Versandhandel). Zudem reicht die Reihe an Referenzkunden von kleinen Start-ups wie LXS-Bike bis hin zu „Die Bringmeister“ von Kaisers Tengelmann.

Midrange: Welche Auswirkungen hat das auf die Einführungsmethodik?

Frank Siewert: Unsere Erfahrungen aus der Praxis, die wir bei Zalando, KiK und anderen gemacht haben, belegen eindrucksvoll, dass derartige Online-Projekte nach neuen Einführungsmethoden (mehr auf Seite 116) verlangen. Gefragt ist nicht mehr das klassische Lasten- oder Pflichtenheft, sondern die Prototypmethode oder sogar Business SCRUM.

Midrange: Was verbirgt sich hinter Business SCRUM?

Frank Siewert: Business SCRUM ist ein sehr moderner Ansatz der Projekteinführung. Diese Methode ist uns bereits seit längerem aus der Standardsoftwareentwicklung bekannt. Business SCRUM erfolgt in Projektsituationen, die am Anfang als zu komplex für eine Einführung nach anderen Methoden erscheinen.

Midrange: Wie funktioniert Business SCRUM?

Frank Siewert: Für einen fest definierten Zeitraum, die Projektdauer, werden Hauptbereiche, wie etwa Vertrieb, Lager, Disposition etc., definiert. Zu den Hauptbereichen werden einzelne, jeweils gleichlange Steps, die sogenannten Sprints, definiert, in denen die Anforderungen des Hauptbereichs bearbeitet werden. Nach jedem Sprint werden die Ergebnisse festgehalten und dokumentiert. Dabei werden alle Projektbeteiligten über die Fortschritte informiert. Im nächsten Sprint

wird das Teilprojekt fortgesetzt.

Midrange: Damit wird als Arbeitsweise ein iterativer Prozess entstehen...

Frank Siewert: ... ja, bei der Einführung nach Business SCRUM wird die Projektdauer – und damit der Aufwand – fixiert und nicht der Funktionsumfang. Diese Tatsache gibt Budget- und Planungssicherheit, ist aber aufgrund der nicht fest definierten Funktionalitäten nur etwas für mutige Kunden, die dem Auftragnehmer vertrauen und hinsichtlich ihres Geschäftsmodells in erster Linie schnell sein müssen oder wollen. Hierin liegt auch der Grund dafür, dass sich meistens Kunden aus dem Online-Handel für diese Methode entscheiden, da es gerade in dieser Branche durch die gebotene Schnelligkeit um die Sicherung von Marktanteilen geht.



Der Blog für E-Commerce – Onlinehandel Kompakt

Online-Händlern steht ein neuer Blog mit Rat und Tat in allen Praxisfragen zur Seite. Bei Onlinehandel Kompakt werden Erfolgsmodelle, Probleme und Herausforderungen beleuchtet, die Internethändlern auf dem Herzen liegen.



Die virtuellen Marktplätze verändern sich schnell, aber eines bleibt sicher: Online-Shopping gehört die Zukunft. Im Netz warten große Chancen, aber auch Herausforderungen, weiß Frank Siewert aus eigener Erfahrung. Der Online-Handel ist ihm bestens vertraut. Als Insider kennt er nicht nur die Oberfläche der Shopping-Portale, sondern auch ihr Inneres, die Software, die hinter den erfolgreichen E-Shops steht.

Montags, mittwochs und freitags gibt es bei onlinehandel-kompakt.com Reports, Zahlen, Fakten, Tipps und Meinungen zu E-Commerce.

Frank & Friends, Experten aus den Bereichen E-Commerce, Marketing, E-Recht und mehr zeigen, wie ein E-Shopper denkt

und wie ein E-Shop funktioniert. Frank Siewert war selbst bei zahlreichen Software-Einführungen dabei, als Director Presales Consulting bei der Comarch Software und Beratung. Und auch zuvor hat er in fünf Jahren als Projektleiter bei ERP-Einführungen und in drei Jahren als Projektleiter bei Rechnungswesen-Einführungen sein Gespür verfeinert, was erfolgreiche Einführungsprojekte ausmacht.

Ob Amazon fein oder Feind ist, was kleine Unternehmen von den etablierten lernen können, Neues zu Markt, Trends und Events sowie Finanzen und Recht werden in den regelmäßigen Posts behandelt – zielgerichtete Info, die dort ansetzt, wo der Schuh drückt. Präzise werden die Marktführer unter die Lupe genommen:

Womit man Erfolg hat, zeigen Slogans wie 1-Klick-Bestellung oder "Schrei vor Glück oder schick's zurück": Keep it simple! Von den zahlreichen Vorgängen hinter einer Bestellung sollte der Kunde am besten nichts mitbekommen – er macht einen Klick und schreit dann vor Glück, wenn er sein Paket öffnet.

Tipps aus der Praxis

Onlinehandel Kompakt begleitet Onlinehändler Schritt für Schritt auf dem Weg zum Erfolg. Dicht an der täglichen Praxis und an den Alltagsfragen, die E-Shop-Betreiber bewegen, berichtet Frank Siewert aus dem Nähkästchen, beschreibt, wie ein komfortabler E-Shop gestrickt ist.



Frank Siewert
Vorstandsmitglied Comarch
frank.siewert@comarch.com

Frank Siewert ist im Vorstand bei Comarch. Der Betriebswirt ist ein versierter Spezialist für Software-Einführungen. In den Bereichen ERP und Rechnungswesen baut er auf jahrzehntelange Erfahrung. Sein Spezialgebiet und seine Leidenschaft sind ERP-Einführungsprojekte mit Produktions-, Versandhandels- und Onlinehandelsschwerpunkten. Aus zahlreichen Software-Einführungen, z.B. bei KIK, Victorinox und Bringmeister von Kaiser's Tengelmann, sind ihm die Bedürfnisse großer, mittelständischer und kleiner Unternehmen bestens vertraut.

Online am Puls der Zeit

Keine Branche hat so eine kurze Halbwertszeit wie der Onlinehandel. Hier starten Ideen in Lichtgeschwindigkeit durch, z.B. die beliebte 1-Klick-Bestellung. Die innovative Idee von heute ist der Standard von Morgen – wer ihn nicht bietet, sieht in die Röhre.



als Grafiken bereit. Was gibt es Neues bei Amazon, eBay, Facebook-Marketing und den (Social) Plattformen von morgen?

Deshalb haben wir das Ohr am Markt und hören schon frühzeitig, wenn es Ausschläge gibt. Ist ein neuer Trend wirklich ein Erdbeben, das Märkte und Kommunikationskanäle erschüttert oder nur ein momentaner Ausschlag auf dem Trendseismographen, weil eine „neue Sau durchs Dorf getrieben“ wird?

Aus den vielen Projekten mit Onlinehändlern kennen Comarchs Experten die Materie so gut wie ihre Kunden. Zusätzlich hat Comarch junge Spezialisten im Team, die sich einzig dem Erkunden der Trends im Onlineshopping verschreiben. Nur wer Trends kennt, ist immer den entscheidenden Schritt voraus.

Genauso wichtig ist es, den Ikonen des digitalen Zeitalters zuzuhören. Beim Bestandskundentag 2014 gehörte u.a. Sascha Lobo zu den Keynote-Speakern.

Joanna Zagrobely
 Consulting E-Commerce Expertin
 Comarch
 joanna.zagrobely@comarch.com

Joanna Zagrobely ist Consulting E-Commerce Expertin für Online Marketing bei Comarch.

Diese unabhängigen Research-Ergebnisse stehen dann auch auf Homepages und Blogs

Aktuelle Zahlen und Fakten für den Onlinehandel, z.B.:



AUF WELCHE ART MÖCHTEN ONLINEKUNDEN HILFE BEI PROBLEMEN ERHALTEN?



DIE GRÖSSTEN ÄNGSTE DER ONLINEKUNDEN



GRÜNDE FÜR DEN ABRUCH VON ONLINEKÄUFEN

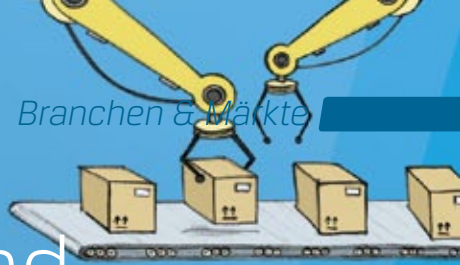


ICH ♥ ONLINESHOPPING

- 1 Ich kann jederzeit einkaufen
- 2 Niedrigere Preise Bessere Angebote
- 3 Schneller als ins Ladengeschäft zu gehen
- 4 Einfacher als ins Ladengeschäft zu gehen

GRÜNDE FÜR DIE NUTZUNG VON ONLINESHOPS





Fertigung – Schneller und effizienter produzieren

Waren aus heimischer Produktion tragen ein Gütesiegel: Made in Germany, Switzerland oder Austria. Doch in Zeiten der Globalisierung sind produzierende Unternehmen vor immer neue Herausforderungen gestellt. Wie kann man die Abläufe in der Produktion beschleunigen und mehr aus seinem Betrieb herausholen?

"Nach nur 3 Monaten verwaltet Comarch ERP über 12.000 Palettenplätze".

Revell GmbH & Co. KG



Planung und Management logistischer Versorgungsketten

IT-Abteilungen von Fertigungsunternehmen haben als Profit-Center dem ökonomischen Prinzip zu folgen: Anwendungen sind kostengünstig zu implementieren und zu betreiben. Es gilt, Erträge zu erwirtschaften. Flexible ERP-Systeme liefern einen ganzheitlichen Ansatz zur Lösung dieser Aufgabenstellungen.

Die Anwendungsumgebungen vieler mittelständischer Unternehmen sind nach wie vor in sich geschlossen, so dass die IT-Verantwortlichen häufig Abstriche machen müssen, wenn sie an den Ausbau ihrer vorhandenen Lösungen gehen. Die bestehenden Systeme sind selten in der Lage, einen reibungslosen Datentransfer zwischen den verschiedenen eingesetzten Lösungen zu ermöglichen – ganz zu schweigen vom Informationsaustausch mit Kunden und Lieferanten.

Sind Firmen darüber hinaus als eigenständige Geschäftsbereiche von Konzernen organisiert, kommt eine weitere Hürde hinzu: Die Daten der verschiedenen Niederlassungen entsprechen selten den unternehmensweiten Daten und harmonisieren untereinander nicht. Erst wenn feststeht, dass mit der vorhandenen Unternehmenssoftware nichts mehr geht, suchen Verantwortliche nach Ersatz ihrer überalterten Systeme.

Auch die Notwendigkeit, die Unternehmenssoftware fit für unternehmensweite Anforderungen wie gemeinsame Stammdatenführung oder neue Themen wie Manufacturing 4.0* zu etablieren, nehmen Firmen zum Anlass, die Geschäftsprozesse umzubauen und die Altsysteme durch neue Lösungen für ERP zu ersetzen. Das Ziel ist, ein flexibles ERP-Paket mit praxiserprobten Funktionen zu finden, das eine kostengünstige, verzögerungsfreie Implementierung erlaubt und niedrige Betriebskosten verursacht. Der Einsatz wenig anpassungsfähiger und zudem unstrukturierter Lösungen führt schnell ins Abseits. Komplexität, hohe Kosten und unverhältnismäßig lange Implementierungszeiten sind das Resultat. Es kommt

selbst vor, dass „entnervte“ Unternehmensleitungen Einführungsprojekte komplett „kippen“, da trotz des Aufgebots an Finanz- und Personalressourcen ein positives Ende nicht in Sicht kommt.

Sind Produktion und IT fit für neue Themen wie Manufacturing 4.0?*

Das Herstellerangebot frühzeitig unter die Lupe nehmen, hilft produzierenden Unternehmen, finanzielle Verluste zu vermeiden, die Nerven von Mitarbeitern und Geschäftsführern zu schonen und Verzögerungen der Geschäftsprozesse vorzubeugen. Herausforderungen sind quasi vorprogrammiert bei der Auswahl eines auf eine spezielle Branche zugeschnittenen ERP-Programms für eine andere, auf den ersten Blick ähnlich geartete Aufgabenstellung. Denn das Anpassen und Abbilden von Branchenspezifika innerhalb einer Sparte bedeutet noch lange nicht, dass die ERP-Lösung universell nutzbar ist für unterschiedlichste Fertigungs- / Handels-Branchen und -Arten. Ein weiteres Handicap tritt auf, wenn Manager zum Beispiel erkennen, dass ihre derzeitige Produktionsplanung nicht ausreicht, um den wachsenden Anforderungen in puncto Reaktionsfähigkeit und Bearbeitungszeit gerecht zu werden. Unstrukturierte Systempakete ohne darüber hinausgehende Funktionalität gelangen hier schnell an ihre Grenzen. Eine weitere Barriere entsteht, wenn Unternehmen der Ansicht sind, auf ERP-Funktionsvielfalt zugunsten kostengünstiger Systeme mit geringerer Leistungsabdeckung verzichten zu

können. Dies bringt sie um die Möglichkeit, ihre neuen Lösungen womöglich in wenigen Monaten in Richtung BI (S. 94) oder E-Commerce (Multi-Channel-Sales) auszubauen.

Flexible ERP-Systeme decken hingegen eine Vielzahl der Geschäftsprozesse von Anwenderunternehmen ab. Sie adressieren nicht nur einzelne Wirtschaftszweige, sondern sind branchenübergreifend nutzbar. Das Einstellen der Unternehmensspezifika ist an der Basislösung schnell vorgenommen, zusätzlicher Aufwand entfällt. Nicht zuletzt spricht das Preis-Leistungs-Verhältnis für ihre Anschaffung. Bei der Auswahl des Softwareherstellers spielen erfolgreich abgewickelte und mit den Gegebenheiten des zukünftigen Anwenders vergleichbare Referenzprojekte eine Schlüsselrolle. Gefragt ist neben Routine bei der Realisierung neuer Komponenten vor allem branchenspezifische Erfahrung und Know-how in puncto Projektmanagement. Für einen schnellen Return on Investment sollten die Applikationen von einem Anbieter stammen, der das reibungslose Zusammenspiel der verschiedenen Funktionsbereiche – Rechnungswesen, Distribution, Fertigung etc. – und den Datenaustausch mit Zulieferern und Kunden garantiert.

Comarch ERP verfügt über eine serviceorientierte Architektur. Damit werden Unternehmensmodelle Wirklichkeit, die Partner,

Kunden und Lieferanten im Sinne des Collaboration-Konzepts mit einbeziehen. Denn die einzelnen Funktionen oder sogar ganze Prozessketten lassen sich entlang der gesamten Wertschöpfungskette eines Unternehmens einfach über Internet zur Verfügung stellen – ohne aufwändige Integrationszenarien und zusätzliche Software. Darüber hinaus bietet die Lösung umfassende Integrationsdienste wie die native Unterstützung von Webservices oder CORBA.

Wenn ich aus meiner jahrzehntelangen Erfahrung spreche, ziehe ich folgendes Fazit: Comarch ERP eröffnet unternehmerische Freiheit, weil damit ERP auf jeder Plattform, an jedem Ort, zu jeder Zeit, in jeder Sprache und auch jenseits der eigenen Unternehmensgrenzen wirklich möglich ist. Comarch ERP ist 100 Prozent Java und Internet, 100 Prozent Zukunftssicherheit und Skalierbarkeit, 100 Prozent Prozessorientierung und unternehmerische Freiheit.

*** Manufacturing 4.0**

steht für eine Revolution der Fertigung durch „Informatisierung“ der Produktion. Die vorherige Stufe 3.0 war die Digitalisierung. Vision ist die intelligente Fabrik, gesteuert durch das „Internet der Dinge“.

Industrie 1.0 bis 4.0

Industrie 1.0
Mechanisierung durch
Wasser & Dampf

Industrie 2.0
Massenfertigung durch
Elektrizität & Fließbänder

Industrie 3.0
Digitalisierung
durch PCs & Internet

Industrie 4.0
Informatisierung
durch „Smart Factory“



Erwin Schiffer
Industry Solution Manager
Comarch
erwin.schiffer@comarch.com

Erwin Schiffer verfügt über eine mehr als 25-jährige Berufspraxis im Bereich der ERP-Systeme sowohl auf Anbieter- als auch auf Anwenderseite. In der Vergangenheit war er unter anderem in verschiedenen international tätigen Softwareunternehmen beschäftigt und hatte leitende Positionen in den Bereichen Produktmanagement, PreSales und Beratung inne. Er ist im Industry Solution Management der Comarch in Düsseldorf tätig und unterstützt die Branchen Hightech, Elektronik und Laser, sowie Handel mit seinem Wissen über ERP-Systeme.

Kosten sparen durch ganzheitliches Prozess- & Qualitätsmanagement

Fertigungsunternehmen sind abhängig von reibungslosen Produktionsabläufen. Durch Manufacturing 3.0 wurden vielfach bereits Produktionsprozesse in das digitale Controlling der Abläufe integriert. Zumeist sind dies jedoch Insellösungen, die auf keine ganzheitliche Datenbasis zugreifen. Vielmehr noch wird oft der Fertigungsmitarbeiter als Lösungsfaktor hierbei übersehen. Wie jedoch kann der Fertigungsmitarbeiter als treibende Kraft für essentielle Produktionsoptimierungen aktiviert werden?

Fertigungsunternehmen unterliegen weltweit demselben Druck – sie müssen analoge Prozesse digitalisieren, um sie für Analysen und Steuerungen der Produktionsprozesse greifbar zu machen. Die digitale Welt der Produktionskennzahlen bietet dabei ein umfangreiches Feld, um mittels führender Systeme wie BDE und MES Produktionsprozesse zu optimieren und zu verschlanken. Somit wird wieder einmal die IT zum Profit Center für Fertigungsunternehmen.

Der Druck liegt somit auf der IT, Ist- und Soll-Werte zu analysieren und Verbesserungen anzuregen. Vielfach wird jedoch der Fertigungsmitarbeiter mit seiner Erfahrung, seinem geschulten Auge für Abläufe und somit seinem Potential als treibende Kraft für produktionsoptimierende Lösungen unterschätzt. Wie agiert beispielsweise ein Fertigungsunternehmen ohne maschinell durchgesteuerte Produktionslinien? Wie kann ein Unternehmen Hinweise und Vorschläge von Fertigungsmitarbeitern aufgreifen, um Produktionsprozesse zu optimieren? Vielmehr noch verlangen geringe Margen und großer Wettbewerb nach steten Produktionsoptimierungen, die mittels Kaizen (Prinzip der kontinuierlichen Verbesserung) und Six Sigma (Managementsystem zur Prozessverbesserung) angeregt werden können. Jede dieser Anführungen startet bei einem Ausgangspunkt – dem Fertigungsmitarbeiter!

Zumeist hat der Mitarbeiter zwei maßgebliche Optionen, um sich als Faktor hierbei ins Spiel zu bringen:

1. In Fertigungsbetrieben ohne maschinell gesteuerte Fertigungslinie hat er die Möglichkeit, im Auftragsblatt Hinweise und Anmerkungen zu Produktionsverbesserungen zu vermerken.
2. Über den direkten Austausch mit dem Fertigungsleiter oder der Qualitätsmanagement(QM)-Abteilung kann er Hinweise und Vorschläge weiterleiten.

In beiden Fällen entsteht jedoch oft das Problem, dass Medienbrüche und somit Informationsverluste entstehen. Auftragsblätter sind zwar schriftlich vorhanden, aber nicht digital als Dokument fachübergreifend für das Produktions- und das QM verfügbar. So können, wie auch bei dem direkten Austausch zwischen Mitarbeiter und Fertigungsleitung bzw. der QM-Abteilung, Informationen verloren gehen.



Beispielhafte Oberfläche Comarch ECM Infokiosk

All diese Herausforderungen lassen sich mit dem Comarch Infokiosk lösen. Hierbei wird dem Fertigungsmitarbeiter am Produktionsort ein Terminal zur Verfügung gestellt, um nicht nur persönliche Daten abzurufen und zu organisieren, wie Personaldaten, Urlaubsanträge und persönliche Mitteilungen an ihn. Vor allem erhält er die Möglichkeit im Sinne des Six Sigma bspw. eigene Produktionshinweise zu definieren.

Die Definition des Produktionsverbesserungsvorschlags wird dabei durch den Mitarbeiter in dem System definiert und abgesendet. Ab diesem Zeitpunkt ist die Information digitalisiert und kann nicht verloren gehen.



Produktionsreport Comarch ECM Infokiosk

Vielmehr wird ad hoc ein Prüfungsprozess gestartet, der über die QM-Abteilung und Fertigungsleiter läuft, um schlussendlich aus der Problemdefinition einen Lösungsvorschlag zu

generieren. Am Ende dieses definierten Prozesses kann die Geschäftsleitung bestenfalls über Produktionsveränderungen und somit die Einsparung teurer Produktionsaufwände entscheiden. Mehr noch erhält der Fertigungsmitarbeiter nach der erfolgreichen Prüfung seiner Problemdefinition einen automatischen Vermerk in seiner digitalen Personalakte, die im Sinne des Six Sigma zu einem Reward führen kann. Der Mitarbeiter hat somit sogar einen starken Anreiz, sich mit seinem Know-how einzubringen.

Diese Prozessschritte werden durch ein definiertes Prozessmanagement gesteuert und können nicht ohne Ergebnis verlassen werden. Somit kann vom Ausgangspunkt – dem Fertigungsmitarbeiter – bis zur Geschäftsleitung keine Information verloren gehen.

So werden zum Beispiel in Comarch ECM mit Infokiosk als Tool alle relevanten Daten aufgenommen, die Prozesse durch das Workflow-Tool gesteuert und alle Daten / Dokumente zielgerecht und wiederauffindbar archiviert. Zusätzlich kann bei Bedarf, durch definierte Schnittstellen, auf weitere Messdaten (MES und BDE) zugegriffen und die Analyse der Problemdefinition unterstützt werden.

Das Fertigungsunternehmen hat somit erreicht, den einzelnen Mitarbeiter als treibende Kraft zu aktivieren, Prozesse wie Six Sigma maßgeblich und informationsverlustfrei zu unterstützen und einfach nur Geld zu sparen.

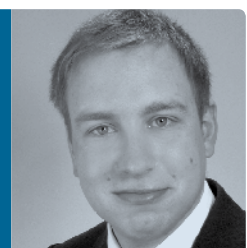


Stefan Hanusch
Business Development Manager
Comarch
stefan.hanusch@comarch.com

Stefan Hanusch hat Marketing & Dienstleistungsmanagement studiert und setzt diese Fähigkeiten als Business Development Manager für Comarchs Kunden in den Schwerpunkten Enterprise Content Management / Electronic Data Interchange ein. Er verfügt über langjährige Branchenkenntnisse in den Bereichen Handel, Fertigung sowie Dienstleistungen.

Jan Reichelt
Consultant / Project Manager ECM & EDI
Comarch
jan.reichelt@comarch.com

Jan Reichelt hat Wirtschaftsinformatik studiert und verfügt über Erfahrungen in den Bereichen Anforderungsmanagement, Konzeption, Prozessdesign sowie Erfahrungen aus Migrationsprojekten. Bei Comarch ist er seit mehreren Jahren in der DACH-Region als Consultant und Projektmanager für die Bereiche EDI und ECM tätig. Jan Reichelt ist in diesem Zusammenhang verantwortlich für die Analyse, Konzeption, Beratung und Überwachung der Realisierung anspruchsvoller Lösungen und Projekte für Kunden verschiedenster Branchen. Sein Fokus liegt dabei auf der Anwendung einfacher, durch effiziente IT unterstützte Prozesse.



Beispiele produzierender Firmen



Dass es gerade für die Fertigungsindustrie zahlreiche Herausforderungen gibt, habe ich an vorderster Front erfahren. Wer Produkte herstellt, muss zahlreiche Prozesse koordinieren, vom Einkauf der Rohmaterialien über die Verarbeitung bis hin zur Distribution. Dabei gibt es zahlreiche Anforderungen, die ein Unternehmen beachten muss. Nicht umsonst sind „Made in Germany“ und „Made in Switzerland“ Gütesiegel. Was wollten führende Produzenten mit der Einführung eines ERP-Systems erreichen? Wir haben Schweizer Unternehmen über die Schulter geschaut.



Jürg Feuz
Geschäftsführer
Comarch Swiss
juerg.feuz@comarch.com

Jürg Feuz kennt die Bedürfnisse von mittelständischen Unternehmen aus seiner jahrzehntelangen Erfahrung. Heute ist er Geschäftsführer der Comarch Swiss und greift auf das Wissen aus hunderten erfolgreichen Software-Projekten zurück.

Business-Case

ERP bei Victorinox



VICTORINOX

Als weltweit agierendes und expandierendes Unternehmen konnte die Victorinox AG den stetig wachsenden Anforderungen mit den bis dato installierten Einzelsystemen nicht mehr genügen. Unübersichtlichkeit in den Prozessen, Strukturen und Arbeitsabläufen waren die Folge.



Besonders betroffen waren die Unternehmensbereiche Vertrieb, Beschaffung, Planung und Steuerung der Produktion, Finanzen und Kalkulation. So mühte man sich beispielsweise in der Kundenerfassung, der doppelt und dreifach angelegten Kunden in den unterschiedlichsten Schreibweisen Herr zu werden, weil durch den nicht-kompatiblen Einsatz von Einzelsoftware in den verschiedenen Filialen und durch Sprachunterschiede (Umlaute im Deutschen, Akzente im Französischen) keine klaren Richtlinien herrschten, Medienbrüche vorprogrammiert waren und sich durch sämtliche Ebenen zogen.

Die einzelnen Ziele unterteilten sich in Funktions-, Organisa-

tions-, technologische und allgemeine Anforderungen. Wichtig war es dem Unternehmen, ein ERP-System neuester Technologie zu finden, das sowohl 100% webfähig als auch datenbank- und plattformunabhängig ist. Zudem musste die Lösung eine komfortable und einfach zu bedienende Oberfläche bieten und auf Grund der Internationalität des Unternehmens sprach- und zeitzonunenunabhängig arbeiten.

Das Video zum Business-Case finden Sie hier:

www.comarch.de/it-loesungen/erp/referenzen/victorinox



ERP bei Kolma



Mittelstand Kompakt sprach mit einem der führenden Schweizer Büromittelhersteller. Kolma produziert bewusst in der Schweiz und wollte schlanke Prozesse. Urs Neuenchwander, Bereichsleiter Ressourcen und IT-Projektleiter bei Kolma, berichtet von der ERP-Einführung.



„Die Situation sah bei uns so aus, wie sie wahrscheinlich bei vielen anderen KMUs auch anzutreffen ist oder war: Unser altes ERP-System war rund 30 Jahre im Einsatz und wurde von dem damaligen Anbieter nicht mehr weiterentwickelt. Zudem hatten wir sehr viele manuell bewirtschaftete Schnittstellen. Daten wurden dem ERP entnommen, in der Office-Umgebung aufbereitet und unter Umständen wieder ins ERP zurückgeschrieben, so dass wir mit diesen Daten arbeiten konnten. Dadurch waren natürlich sehr viele redundante Daten vorhanden, sowohl in der Office-Umgebung als auch im ERP. Da liegt es auf der Hand, dass die Arbeitsabläufe teilweise nicht sehr effizient waren.“

Wir haben im Oktober 2011 entschieden, dass wir eine Online-Evaluation starten. Das ist ein webunterstützter Fragenkatalog mit rund 1.100 Fragen. Wir haben diese Fragen kategorisiert in Muss-, Kann- und Soll-Kriterien. Das hat uns zu einer Liste geführt mit rund 20 möglichen Anbietern. Wir haben diese unter die Lupe genommen und um eine konkrete Offerte gebeten. Zudem sollten sie mitteilen, wie viele Muss-, Kann- und Soll-Kriterien sie erfüllen können. Auf dieser Grundlage haben wir eine erste Selektion vorgenommen.

Fünf der Anbieter haben wir schließlich zu einem ersten Workshop eingeladen, in dem diese ihre Software präsentiert haben. Danach gab es einen weiteren Workshop mit drei verbliebenen Anbietern. Im März 2012 wurden mit Comarch die Verträge unterschrieben - eine Woche später führten wir mit den Projektleitern von Comarch bereits das Kick-off durch. Schlussendlich haben wir in rund acht Monaten das System aufgebaut und getestet. Am 1. Januar 2013 sind wir erfolgreich in den Live-Betrieb übergegangen.“

Das Video zum Business-Case finden Sie hier:

www.comarch.de/it-loesungen/erp/referenzen/kolma



Meinungen und Stimmen



Perfekte Planung, Termintreue, sofortige Verfügbarkeit von Informationen und Klarheit über die wahren Kosten selbstgefertigter Teile - das sind die Vorteile, die der Mittelständler ifw aus Micheldorf / Oberösterreich mit der ERP-Software Comarch ERP erreicht hat.

»Wir haben die früheren Terminüberschreitungen drastisch gegen Null reduziert.«

Christian Otte, IT-Manager



Eine komplexe Aufgabe ist auch die Steuerung der Produktion von Skiern, die naturgemäß Schwankungen unterliegt: Blizzard bezeichnet sich daher selbst als "auftragsbezogenen Serienfertiger". So prognostiziert der Skifertiger den Bedarf stets selbst auf Basis von Vorhersagen. Wegen des aufwendigen Produktionsverfahrens dauert die Herstellung eines Skipaars jedoch sechs bis acht Wochen.

»Mit Comarch ERP Enterprise haben wir unsere Prozesse optimiert, die Produktion und den Vertrieb neu strukturiert und damit eine wichtige Basis geschaffen, um mit unseren Produkten aggressiv an den Markt zu gehen. Auf diese Weise haben wir Marktanteile erobert.«

Eric-Jan Kaak, Leiter IT und Controlling



Dem Mittelständler ruwido aus Neumarkt am Wallersee (Salzburger Land) gelang ein ERP-Projekt, das in drei Monaten weit unter Budget mit einem reibungslosen Echtstart abgeschlossen werden konnte. ruwido ist europäischer Marktführer für Technologie, Design und Usability im Bereich Infrarot-Übertragung, Fernbedienungen und Keyboards, insbesondere im IPTV-Sektor.

»Alles war derart gut vorbereitet, dass der Echtstart reibungslos über die Bühne ging.«

Albert Maier, Leiter Produktion und Logistik



Weitere Meinungen von produzierenden Unternehmen finden Sie unter:

www.comarch.de/mittelstandkompakt



Fashion – Auf schlanke Prozesse zugeschnitten

Wer Mode herstellt und vertreibt, schneidert diese ganz auf die Bedürfnisse seiner Kunden zu. Größen und Farben variieren ebenso wie Menschen und ihre Maße und Geschmäcker. Auf den folgenden Seiten erleben Sie hautnah mit, wie Unternehmen aus der Fashion-Branche schnell und effizient ihre Prozesse steuern.

„Modeschöpfer sind Männer, die das Zweit-schönste auf der Welt tun: Frauen anziehen.“

Marcello Mastroianni, Schauspieler



Maßgeschneidert von Sheep to Shop

Mode berührt jeden und ist ein lebhaftes Thema. Aber Mode ist schnelllebig- was heute modern ist, gehört morgen schon zum alten Eisen. Zeit ist daher ein kritischer Faktor im Modebusiness.

Nur wer diesen ständig steigenden Anforderungen des komplexen Mode- und Lifestyle-Marktes gerecht wird, kann im Wettbewerb bestehen. Die globalisierte, immer schneller werdende und in hohem Grad informationsgebundene Branche fordert Software-Lösungen, die die spezifischen Prozesse entlang der textilen Wertschöpfungskette in Echtzeit abbilden: Zahlreiche Produktionsstufen kennzeichnen die Kette: Vom Faserhersteller bis zum Konsumenten sind Designer, Hersteller, Konfektionäre, Logistiker und der Handel beteiligt. Diese einzelnen Prozesse müssen abgestimmt werden und möglichst reibungslos laufen.



Produktionsstufen der Wertschöpfungskette

Die Kollektionen können aus einer Vielzahl von Modellen aus den unterschiedlichsten Stoffen bestehen. Jedes Modell ist mehrdimensional: Material- und Farbvarianten sowie die Konfektionsgrößen lassen die Anzahl der zu verwaltenden Materialien und Artikel explosionsartig ansteigen. Die Komplexität wird noch durch länderabhängige Größen und Gesetzmäßigkeiten gesteigert. Konsumenten und Handel erwarten eine permanente Lieferbereitschaft im 24-Stunden-Rhythmus. Hersteller sind ihrerseits bestrebt, ihre Kapitalbindung in Form von Material- und Fertigwarenlagern gering zu halten. Nur schnelle, IT-gestützte Prozesse können helfen, diese Anforderungen zu erfüllen.

Schneller Austausch zählt

Gefordert sind webbasierte, plattformunabhängige, individualisierbare, skalierbare, modulare Gebilde, die die individuellen Abläufe unterstützen, ein Höchstmaß an Transparenz zulassen und gleichzeitig nach allen Seiten flexibel sind sowie einen schnellen Austausch mit Zulieferern und Abnehmern ermöglichen.

Das webbasierte Comarch ERP-System, das für die Fashion-Branche als Impuls Fashion XL angepasst wurde.

Die Lösung bildet die Geschäftsprozesse dieser Branchen von "Sheep to Shop" maßgeschneidert ab: Pro Artikel (Fertigware, Materialien und Zutaten) werden bis zu vier Dimensionen geführt und als Matrix dargestellt: Farben, Größen, Längen / Cups und Waschungen. Die Matrix wird in allen Artikel-bezogenen Anwendungen dargestellt, was die Ergonomie und Übersichtlichkeit erheblich steigert.



Pro Artikel werden bis zu vier Dimensionen geführt und als Matrix dargestellt.

Ein Produktdaten-Management (PDM) für Kollektionsplanung und -entwurf steht für die Kreativen zur Verfügung. Im Vertrieb tragen die Vororder-Auftragserfassung mit Filialverteilung,

Blockaufträge mit Monitoring für überfällige Abrufe und verschiedene Terminlogiken in der Auftragssteuerung zu Optimierungen bei.

Mit dem integrierten Framework Flächenmanagement wird die Wertschöpfungs- und Prozesskette bis zum Point of Sale verlängert und eine effiziente Bewirtschaftung von Verkaufsflächen mit unterschiedlichsten Geschäftsmodellen (Konsignation, Shop-in-Shop-Systeme, Stores, Store-in-Store-Systeme, Franchising, Concessions, Flächenpartnerschaften) gewährleistet.

Eine umfangreiche Lagerlogistik inklusive Lagerplatzsteuerung, EDI-Abwicklung und RFID vervollständigen die Lösung. Alle Lagerprozesse wie Wareneingang, Warenausgang, Kommissionierung und Inventur können mit mobilen Datenerfassungsgeräten (MDE) abgewickelt werden. Für den Außendienst steht eine mobile Auftragserfassung über Tablets (iOS, Android) zur Verfügung. Die umfangreichen betriebswirtschaftlichen Funktionen integrieren bereits CRM, Dokumenten-Management, Data Warehouse, Workflow mit Eskalation und ein voll integriertes Rechnungswesen mit Finanz- und Anlagenbuchhaltung sowie Controlling.

Im Design von Comarch ERP sind die Benutzerfreundlichkeit und der Bedienkomfort von zentraler Bedeutung. Die gute Präsentation und vor allem das schnelle Bereitstellen und Auffinden der Daten sind u.a. signifikante Merkmale. Für Vertrieb, Beschaffung und Produktion bieten spezialisierte Cockpit-Anwendungen einen schnellen und individuell anpassbaren Überblick über alle Daten. Sie unterstützen die Termin- und Statusüberwachung, die Ablaufsteuerung und prozessübergreifende Korrekturen. So lassen sich z. B. im Beschaffungscockpit Bestellungen oder Liefermahnungen zu ausgewählten Vorgängen automatisiert erstellen. Das Produktionscockpit ermöglicht u.a. Verfügbarkeitsprüfungen über Material und Zeit,

automatisierte Belegausgaben und Veränderungen oder Löschungen von laufenden Produktionsvorgängen. Zu allen Prozessen geben grafische Statusmeldungen detailliert Auskunft über den jeweiligen Bearbeitungsstand. In der dazugehörigen Belegkette sind alle Bearbeitungsschritte anschaulich dargestellt und lassen sich mit einem Klick anzeigen.

Als modernes und funktionales ERP-System für die Textil- und Bekleidungsindustrie geformt, zeichnet es sich neben einer fortschrittlichen Software-Architektur und einer hohen Usability insbesondere durch die Abbildung von flexiblen Prozessstrukturen aus. In der Systemarchitektur, im Datenmodell und in der Anwendungslogik wird sowohl die Unterstützung von virtuellen oder realen Unternehmenseinheiten in einer Datenstruktur (Multisite) als auch die Einbindung von externen Geschäftspartnern (Collaboration) extrem stark erleichtert.

Langjähriges Branchen-Know-how, kreative Lösungsfindung auf Kundenanforderungen, das frühe Erkennen von Markttrends und die konsequente Einhaltung von Standards haben die Impuls AG, einen Partner von Comarch, zu einem maßgeblichen Anbieter von Software-Lösungen werden lassen. Das Projekt mit Falke wurde als „ERP-System des Jahres“ in der Kategorie Textil ausgezeichnet.

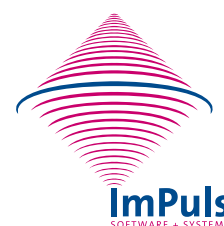
„Durch das starke Wachstum der Popken Fashion Group wurde ein System benötigt, das multiman-dantenfähig ist. Und diesen Anspruch hat die Lösung von Impuls erfüllt.“

Maik Zöllner, B2B Backoffice Manager, Popken Fashion Group



Rainer Markwitz
Vorstand
Impuls AG
markwitz@impuls.de

Rainer Markwitz leitet die Impuls AG, einen Software-Dienstleister, der auf die Branche Fashion spezialisiert ist. Der Diplom-Kaufmann kennt die Anwenderseite aus eigener Erfahrung, von Mittelständlern wie Bema-Schwimmflügel bis hin zu großen Unternehmen wie Siemens-Nixdorf. Die Ursprünge der Impuls AG reichen bis 1975 zurück, seit 2003 ist sie Partner von Comarch.



ERP bei der Popken Fashion Group



Die Popken Fashion Group ist ein weltweit tätiges Modeunternehmen mit familiären Wurzeln. Zur Unternehmensgruppe gehören die Eigenmarken Ulla Popken, GINA LAURA und JP 1880. Als Multi-Channel-Unternehmen vertreibt die Popken Fashion Group ihr Mode-Sortiment heute weltweit – in über 30 Ländern und mehr als 600 eigenen Filialen, im Versand- und Internethandel sowie über ausgewählte B2B-Partner. Insgesamt beschäftigt die Gruppe dabei mehr als 4.000 Mitarbeiter.

Ausgangssituation

In der Modebranche gab es gerade im Bereich Vertrieb einen deutlichen Wandel. Während früher der Stationärhandel sehr prägnant war, fragen Kunden immer mehr nach Alternativen: Onlineshop und klassischer Versandhandel sind wichtige Kanäle für die Popken Fashion Group, um für ihre Kunden jederzeit erreichbar zu sein.

Zielsetzung

Die IT spielt auch im B2B-Bereich eine sehr große Rolle, da auf der einen Seite eine sehr hohe Standardisierung und Automatisierung erforderlich ist. Aber auf der anderen Seite benötigte die Popken Fashion Group in diesem Vertriebskanal eine flexible Software, um auf Kundenwünsche einzugehen, da jeder Kunde andere Ansprüche hat.



Entscheidung

Die Entscheidung fiel für das ERP-System ImPuls fashion XL, welches auf Comarch ERP basiert. Die Popken Fashion Group hat ImPuls fashion XL zum Einsatz im B2B-Bereich gewählt, „weil fashion XL genau das mitbringt, was wir benötigen. Das heißt, in dem Standardprozess von fashion XL wird eigentlich schon alles abgebildet, was wir benötigen, um unsere Kunden optimal zu betreuen und die wenigen Ausnahmefälle konnte die ImPuls AG in fashion XL sehr schnell nachprogrammieren“, sagt Maik Zöllner, B2B Backoffice Manager bei der Popken Fashion Group.

Implementierungspartner

Die ImPuls AG entwickelt seit über 35 Jahren ERP-Software für die Mode-Lifestyle-Branche. ImPuls fashion XL ist eine ERP-Lösung speziell für die Bekleidungsbranche, die auf Comarch ERP als webbasiertes System aufbaut und sich durch besondere Flexibilität auszeichnet. In der Mode- und Lifestyle-Industrie gibt es Besonderheiten, die ImPuls fashion XL abbildet: So hat ein Artikel mehrere Varianten – zum Beispiel Farben, Größen, Längen und auch Waschungen im Jeans-Bereich. Dies wird in ImPuls fashion XL komplett durchgängig abgebildet, von der Auftragserfassung bis hin zur Produktion, Beschaffung und Lieferung.

Projekt

Die Sortimente der Popken Fashion Group werden über den Stationärhandel, den eigenen Onlineshop, dessen Bedeutung mehr und mehr wächst, sowie den B2B-Bereich mit Franchisenehmern und Shop-in-Shop-Flächen in Deutschland und im Ausland vertrieben.

„Die Herausforderung bei der Einführung des Projektes war die Einbindung in die bestehende Systemlandschaft. Das heißt, ImPuls fashion XL musste auf alle Fälle innerhalb der Popken Fashion Group mit allen anderen Programmen kommunizieren können. Wir haben uns für eine stufenweise Einführung entschieden, in der ersten Stufe haben wir alle Vorbestellungen in das System eingespielt und bearbeitet. In der zweiten Stufe wurde unsere Logistik vorbereitet und auf das neue System umgestellt. Zum Tag der Einführung, als die dritte Stufe, haben wir alle Sofortlieferungen umgestellt und konnten dann sofort ausliefern“, sagt Maik Zöllner.

Kundennutzen

Die Arbeit im B2B-Bereich der Popken Fashion Group hat sich in vielerlei Hinsicht erleichtert, wie Maik Zöllner erklärt: „Ein Beispiel ist die Massendatenänderung. Während wir früher in unserem alten ERP-System noch Änderungen pro Auftrag vornehmen mussten, können wir jetzt im neuen ERP-System praktisch mehrere Aufträge auf Knopfdruck korrigieren oder ändern, wenn sich zum Beispiel eine Farbnummer geändert hat. Der Vorher- / Nachher-Effekt ist, dass wir einen hohen Grad der Automatisierung erreicht haben und dadurch in unserer täglichen Arbeit viel schneller geworden sind und vieles einfacher geworden ist. Wir sind sehr zufrieden mit der Lösung ImPuls fashion XL, weil alles das abgebildet werden konnte, was uns vorher gefehlt hat im alten ERP-System“, fasst Maik Zöllner die positive Entwicklung zusammen.

F A L K E



Ein Interview mit Falke finden Sie unter:
www.comarch.de/mittelstandkompakt



Nahrungs- und Genussmittel – Zutaten für ein Erfolgsrezept

Wer Lebensmittel herstellt, muss den Geschmack der Menschen treffen. Dabei steht die Branche besonders stark im Fokus von Behörden und Öffentlichkeit. Wer das „Essen und Trinken“ in die Supermärkte und Restaurants der Welt bringt, muss beste Qualität liefern. Lesen Sie, was unsere Experten sagen.

„Wenn ihr gegessen und getrunken habt, seid ihr wie neu geboren; seid stärker, mutiger, geschickter zu eurem Geschäft.“

Johann Wolfgang von Goethe



Guten Appetit – Know-how in der Nahrungsmittel-Branche

Nichts verdirbt den Deutschen den Appetit so sehr wie Horrormeldungen über Salmonellen oder Sporen im Essen – deshalb gilt es für die Hersteller, schnell und entschlossen zu handeln – am besten mit einem Klick.

Selten findet man eine Branche, die so hoch spezialisiert ist wie die Lebensmittelindustrie. Grob lässt sich in Handel und Herstellung unterteilen. Angesichts von Skandalen, die bei wenig entschlossenem Handeln eine Marke nachhaltig schädigen können, gibt es bestimmte Anforderungen, die jedes Unternehmen erfüllen sollte.

Ein Klick – holt's zurück!

Zum Beispiel einen gesuchten Rohstoff im Produkt mit einem Klick zu finden und zurückzurufen. Und ich sage Ihnen, das können weniger Food-Hersteller, als man denkt. Gerade so kann ein Unternehmen aber seine Sorgfalt beweisen. Ein Netz an Qualitätskontrollen kann noch so engmaschig sein, immer können sich irgendwo ein paar Fäden lösen. Dann schlägt die Stunde für schnelles Handeln. Durch sofortige Rückrufaktionen kann ein Unternehmen einen Imageschaden verhindern und Verbraucher beruhigen.

Viele dieser Anforderungen müssen nicht aufwändig per Hand durchgeführt werden, sondern können durch ein modernes ERP-System automatisiert werden. Folgendes sollte ein Lebensmittelhersteller können, um Geld zu machen.

Chargenrückverfolgung

Chargenrückverfolgung ist das A und O. Es handelt sich um

eine gesetzliche Vorgabe, deshalb ist es zwingend, dies gewährleisten zu können. So können Rohmaterialien in Fertigprodukten, auch über mehrere Produktionsstufen hinweg, verfolgt werden. Jede einzelnen Lieferung kann zurückverfolgt und mit Mausklick gestoppt, bzw. zurückbeordert werden.

Palettenbau

Um Preise passgenau zu kalkulieren, ist diese Funktionalität hilfreich. So können verschiedene Artikel auf Paletten erfasst werden und für die Verladung der jeweils individuelle Auftragsrabatt je nach Palettenfüllung berechnet werden

VMI-Management

Durch VMI (Vendor Management Inventory)-Management wird sichergestellt, dass immer genügend Ware auf dem Lager des Kunden ist. Der Warenzu- und -abgang im Kundenlager kann vollautomatisch kontrolliert werden.

Displaybau

Ob für den POS (Point of Sale) oder den Großhändler, es werden immer mehr Displays im Markt gefordert, besonders für Saisonartikel. Diese Displays müssen schnell und effizient zu buchen und zu beauskunften sein, ohne ein aufwendiges Produktionsverfahren starten zu müssen. Auch ist die Auflösung eines Displays in Einzelartikel per Mausklick notwendig.

SYNFOS-Datenpflege

Diese Funktion spielt eine wichtige Rolle, wenn es um die Verwaltung des Artikelstamms und die Übergabe der Ware auf den Märkten geht.

NUG-spezifische Chargen- und Haltbarkeitsdatenverwaltung

Dies ist eine weitere Besonderheit der Branche. So können sich bei Lebensmitteln die Daten unterscheiden, z.B. wenn Ware an einem Tag angeliefert wurde, aber nur ein Teil davon gleich weiterverarbeitet wird. Obwohl das Rohmaterial gesammelt geliefert wurde, kann die Weiterverarbeitung und somit auch das Haltbarkeitsdatum variieren.

Pfandabwicklung

Gerade für Getränkehersteller, die einen Kreislauf ihrer Produkte sicherstellen müssen, also die Rückgabe von Behältern, in denen das Produkt an den Kunden geliefert wurde, ist diese Funktion der Pfandabwicklung entscheidend.

EDI-Arbeitslogiken in Verbandsanbindungen

So können große Handelsketten via EDI ihre Händler und Filialen über einen virtuellen Marktplatz anbinden. Diesen Weg haben zuletzt zwei namhafte Handelsketten gewählt.

Die Prozesse sind also sehr komplex, man muss jedoch nicht alles selbst machen. Durch Automatisierung und Workflow-Steuerung eines ERP-Systems, das diese Funktionen bietet, lassen sich viele Abläufe auf Knopfdruck umsetzen und so eine optimale Zufriedenheit von Partnern im Handel und des Endverbrauchers nachhaltig sicherstellen.

Die folgenden Beispiele geben einen Eindruck, wie andere Hersteller von Nahrungs- und Genussmitteln ihre Prozesse automatisiert haben.

Business-Case

ECM bei Rungis express



Schnelligkeit und Frische sind wichtig im Geschäft mit Lebensmitteln. Die RUNGIS express AG, einer der führenden Anbieter von Spitzenprodukten für die Gastronomie, unterstützt ihre Prozesse jetzt mit dem

Archiv- und Dokumentenmanagementsystem Comarch ECM der Comarch Swiss AG. Damit kann das Unternehmen wesentlich rascher recherchieren, wenn Kunden Fragen zu bestimmten Lieferungen haben.

Die RUNGIS express AG ist auf den Handel mit hochwertigen Lebensmitteln für die Gastronomie, Feinkosthändler und Hotels spezialisiert. An sechs Tagen in der Woche trifft ab den frühen Morgenstunden die Ware ein, die noch am selben Tag oder in der folgenden Nacht durch RUNGIS express an deutsche Spitzenrestaurants ausgeliefert wird.

120.000 ausgehende Rechnungen

Die bisher rein papierbasierte Ablage stieß im Jahr 2009 an

ihre Grenzen, so dass das Unternehmen beschloss, auf ein digitales Archivierungssystem umzusteigen. Auf über 120.000 ausgehende Rechnungen plus die dazugehörigen Lieferscheine beläuft sich das zu sichernde Volumen, Tendenz steigend. „Wir mussten also reagieren, zum einen, um zukünftig den Platzbedarf für die Rechnungsablage einzudämmen, zum anderen, weil auch jeder quittierte Lieferschein abgelegt wird und die Zusammenführung der Dokumente vereinfacht werden sollte“, sagt Prokurist Bernd Schneider. Zu den Aus-



gangsrechnungen kommen rund 40.000 eingehende Rechnungen im Jahr, die ebenfalls abgelegt werden müssen. Nach einem Auswahlverfahren entschied sich das Unternehmen Ende 2009 für das DMS-System Comarch ECM der Comarch Swiss AG. „Die Ergonomie der Benutzeroberfläche hat uns überzeugt, zudem ist unser ERP-System Comarch ERP Suite bereits für den Einsatz mit Comarch ECM vorbereitet“, sagt IT-Leiter Jörg Ziebell.

Schnelle Antworten auf Anfragen

Die Prüfungen von Kundenreklamationen waren z.B. bisher häufig mit aufwändiger Aktenrecherche verbunden. Durch die Zusammenführung von Rechnung und unterschriebenen Lieferschein in Comarch ECM können heute Anfragen schnell und zuverlässig beantwortet werden.

Overlay-Technik für die Dokumentgestaltung

Ausgehende Rechnungen aus Comarch ERP werden über die integrierte Java Output Engine (JOE) direkt in Comarch ECM abgelegt. Mit JOE lassen sich auch Vorlagen für den Dokumentendruck erstellen, anpassen, den Formular- bzw. Dokumententypen zuordnen und bei der Vorgangsbearbeitung für den Dokumentendruck und -versand verwenden. „Da die Prüfung von 90 Prozent der Eingangsrechnungen über die automatische Rechnungsprüfung erfolgt, werden die Eingangsrechnungen bei uns erst nach Verbuchung und Zahlung gescannt. Ein ‚frühes Scannen mit Workflow‘ kommt für uns aufgrund der Besonderheiten unseres Geschäfts mit Frischware nicht in Frage. Das unterscheidet uns sicher von anderen Unterneh-

men, die alle Schriftstücke direkt bei Eingang erfassen“, erklärt Bernd Schneider. Diese Möglichkeit wäre nur gegeben, wenn alle eingehenden Lieferungen feste Preise hätten. Bei RUNGIS express gilt dies aber nur in zehn Prozent der Fälle. Die Mitarbeiter aller damit befassten Abteilungen können entsprechende Anfragen von Lieferanten und Kunden, direkt aus Comarch ERP Suite heraus in Comarch ECM recherchieren. „Das ist natürlich eine enorme Arbeitsvereinfachung“, sagt Jörg Ziebell. Weiter ist bei RUNGIS express auch die Verwaltung der elektronischen Personalakte mit Comarch ECM geplant. Über Dokumentenscanner werden die anfallenden Belege an allen fünf Standorten von RUNGIS express erfasst.



Die im Jahr 2005 neu gegründete RUNGIS express AG hat ihr Wachstum in den vergangenen Jahren schnell vorangetrieben. Pro Lieferrnacht werden heute rund 40-50 Tonnen Frischware aus der ganzen Welt auf etwa 1.000 Gastronomiebetriebe, Feinkosthändler, Hotels und Restaurants verteilt. Rund 240 Mitarbeiter zählt das Unternehmen in Meckenheim bei Bonn, dessen Anfänge über ein Vorgängerunternehmen bis in das Jahr 1978 zurückreichen.



Thomas Rothe
Head of BPM
Comarch
thomas.rothe@comarch.com

Der aus der Entwicklungsleitung für ERP kommende Betriebswirt leitet seit Jahrzehnten ERP-Einführungsprojekte.

ERP bei Fredy's



Die Fredy's AG hat sich mit ihren Premium-Bäckereierzeugnissen bei der Gastronomie, den Bäckereien und bei zahlreichen Haushalten und Feinschmeckern einen hervorragenden Ruf geschaffen. Der Firmengründer Fredy Hiestand ist bekannt für Innovationen und Überraschungen. Immer wieder gilt es, eigene Ideen oder Kundenanregungen in Produkte umzusetzen.

Die im Jahr 2003 gegründete Großbäckerei zählt 70 Mitarbeitende und stellt im Schichtbetrieb bis zu 140 verschiedene Backwaren in unterschiedlichem Fertigungsgrad von ungararten Teiglingen bis zu fertig gebackenen Tiefkühlprodukten her. „Schon nach kurzer Zeit stieß die seit der Firmengründung im Jahr 2003 eingesetzte Softwarelösung an ihre Grenzen“, berichtet Erich Kern, Betriebsleiter und Mitglied der Geschäftsleitung. „Diese Innovationskraft verlangt nach einer flexiblen Unternehmenssoftware“, erklärt Erich Kern.

Es wurde nach einer modernen ERP-Lösung gesucht, die flexibel genug sein sollte, um mit der innovativen Produktentwicklung und Kundenorientierung mithalten und Prozessänderungen schnell umsetzen zu können. Zusätzliche Kriterien waren ein hervorragendes Preis-Leistungs-Verhältnis und eine wachstumsfähige Lösung.

„Unter den verschiedenen Lösungen hat uns Comarch ERP am meisten überzeugt, weil all unsere Kriterien erfüllt waren.“

„Die Flexibilität der Lösung, die Anpassungsfähigkeit an unsere eigenen Vorstellungen der Prozesse haben uns beeindruckt. Dank der Professionalität und der Fachkompetenz unseres Softwarepartners wurde die Lösung parallel zum laufenden Betrieb innerhalb kurzer Zeit eingeführt“, hält Kern rückblickend fest. Selbst die Anbindung der Außendienstmitarbeiter und die Integration des Online-Brot-Shops für die Privatkundschaft erfolgte auf einfache Art und Weise.

Comarch ERP wird auch den gesetzlichen Bestimmungen der Lebensmittelbranche gerecht und erlaubt eine einfache und lückenlose Chargenrückverfolgbarkeit.



ERP bei KADI



Die KADI AG im idyllischen Langenthal ist seit 60 Jahren der führende Kartoffelverarbeitungsexperte der Schweiz und steht gleichermassen für Schweizer Qualitätsdenken sowie Genuss und Produktinnovation.

Das Unternehmen mit seinen 170 MitarbeiterInnen sorgt tagtäglich dafür, dass die rund 250 Tiefkühlspezialitäten in bester Qualität zur richtigen Zeit am richtigen Ort sind. In der Kantine, der Skihütte, im Restaurant oder auch zu Hause. Umgesetzt wird dies durch eine optimale Kombination von neusten Technologien, raffinierten Rezepturen und natürlichen Ingredienzien, bei denen sich die KADI AG vor allem auf frische und gentechnisch unveränderte Schweizer Produkte von insgesamt 98 Vertrauenslieferanten verlässt.

Heute produziert die KADI AG 14.000 Tonnen Kartoffelprodukte wie Pommes oder Rösti pro Jahr, wofür insgesamt über 26.000 Tonnen Kartoffeln verarbeitet werden. Daneben liefert die KADI AG aber auch Frühlingsrollen, Spezialitäten-Snacks, Fischknusperli und sogar Omeletten. Ausgeliefert werden über 700 Paletten pro Woche, was dank der Unterstützung der Polynorm Software AG und dem Comarch ERP reibungslos und störungsfrei gelingt.

Ausgangssituation

Die Beschaffung eines neuen ERP-Systems bei der KADI AG ergab sich aus dem Ende der Laufzeit der bis dahin verwendeten Lösungen. Bei dieser Gelegenheit wollte man auch gleich den Wünschen und Anforderungen der jüngeren Benutzer nach modernen Oberflächen und Funktionsweisen entsprechen. Bei der Suche nach einem Ersatz wurde man auf die Comarch ERP-Software und die Polynorm Software AG als Lösungsanbieter aufmerksam. Polynorm Software AG wurde in einer ersten Phase aufgrund ihrer Erfahrung in der Nahrungsmittelproduktion zur Unterstützung der KADI AG bei der Erarbeitung eines umfassenden Pflichtenhefts beigezogen. Dieses sollte die Grundlage für die Evaluation von rund zehn Produkten und Anbietern sein, unter welchen sich auch die Polynorm Software AG befand. Nach einem ausführlichen Verfahren fiel die Entscheidung letztlich wieder auf Comarch

ERP und die Polynorm Software AG als Berater und Generalunternehmer für das gesamte Projekt.

Anforderungen

Der Markt für Tiefkühl-Nahrungsmittel ist vielen Einflüssen ausgesetzt, insbesondere dem schnellen Wandel und der Abhängigkeit von Rohstoffen sowie der Saisonalität im Verkauf. Die rasche, flexible Planung der komplexen Prozesse ist bei der KADI AG eine der zentralen Anforderungen. Aber auch seitens der Hardware waren die Anforderungen hoch. So müssen beispielsweise die Handgeräte für das Kommissionieren in den Tiefkühlhäusern bei Temperaturen von -25°C über Stunden hinweg problemlos funktionieren und mit Arbeitshandschuhen bedient werden können. Gesucht wurde deshalb ein System, welches all diese Anforderungen erfüllt und ein Partner, welcher über das entsprechende Wissen und die Erfahrung in der Nahrungsmittelbranche verfügt.

Entscheidung

Zentral waren die Erfüllung und Umsetzung der Anforderungen, sowie die einfache Skalierbarkeit des Systems durch die interne IT-Abteilung der KADI AG. „Bei Comarch ERP kann man selbst Elemente der Oberflächen ändern und individualisieren, was bei anderen Systemen nicht oder nur sehr umständlich möglich ist“, so André Hürzeler, Bereichsleiter Informatik der KADI AG. „Nicht unwesentlich waren natürlich auch die finanziellen Aspekte. Aber ausschlaggebend war das Gesamtpaket aus einer Hand, welches genau unseren Bedürfnissen und Vorstellungen entsprach.“

Das Projekt

Nach der Wahl der Polynorm Software AG als Partner und Comarch ERP als Softwarelösung im März 2010 wurde das Pflichtenheft gemeinsam nochmals verfeinert. Es wurden Prozesse hinterfragt und in einigen Bereichen auch angepasst. Am

Business-Case



Jahresende konnte bereits der Produktivmandant eingerichtet und mit der Schulung der Mitarbeiter begonnen werden. Nach einer intensiven Testphase ging das System – wie geplant – am 1. April 2011 „live“. Das präzise Timing war aus verschiedenen Gründen wichtig:

Der Jahresabschluss 2010 war gemacht, gleichzeitig hatte die Saison 2011 aber noch nicht richtig begonnen, was ein ideales Zeitfenster ergab. Dieses wurde punktgenau eingehalten, womit auch die Kostentreue möglich war.

Eingeführt wurden folgende Module:

- Anlagenbuchhaltung
- Beschaffung
- Beziehungs-Management
- Disposition
- FIBU
- Kalkulation
- Lagerlogistik (inkl. Eigenentwicklung MDE POLYNORM)
- Produktion
- Qualitätsmanagement (QS1 von QSC)
- Rechnungswesen
- Vertrieb (inkl. EDI)
- Workflow-Management

Anzahl Benutzer: 80

Mit dem Comarch ERP Standard und einigen individuell von der Polynorm Software AG programmierten Teilbereichen sind nun alle Prozesse wie Auftragserfassung, Rezepturen, Stücklisten, Kommissionierung, Planung, Finanzbuchhaltung, Bestellvorgänge, Qualitätssicherung und Auswertungen (BI) in einem System integriert und ermöglichen einen praktisch papierlosen Betrieb.

Der Kundennutzen

Die Datenzentralisierung des neuen Systems ist sehr hoch. Der grösste Teil der Daten ist heute im System, was vorher so nicht der Fall war. Dadurch kann man heute unzählige Details nach- und einsehen (wer hat was, wann getan / geändert?), was wiederum hilft, Fehler zu vermeiden und Abläufe zu verbessern. Das System ist sehr benutzerfreundlich.

Dank einfacher Erteilung von Berechtigungen wird jedem Mitarbeiter das passende Arbeitsmittel angeboten. Diese Skalierbarkeit des Systems und der Benutzeroberfläche, welche – anders als bei vielen anderen Lösungen – durch die KADI-interne IT selber problemlos verändert und angepasst werden kann, ist eine weitere Stärke der Comarch ERP-Software. So konnten Menüstrukturen erstellt werden, welche jedem Mitarbeiter die Basis für einen einfachen und fehlerlosen Prozessablauf bieten. Dies ist insbesondere auch bei einem Personalwechsel ein grosser Vorteil, da die Schulung sehr effizient durchgeführt werden kann. Ein weiterer, nicht unwesentlicher Faktor ist die Beschleunigung diverser Aufgaben und Prozesse dank des neuen Systems. Letztlich wurden auch in der Logistik massive Verbesserungen mit Hilfe der neuen 10" Funkterminals erzielt und ein praktisch papierloser Betrieb ermöglicht.



ERP bei Natura



Chargenrückverfolgung und die Möglichkeit der Außendienst-Mitarbeiter, das neue ERP-System bei der Arbeit unterwegs, sowie im Home Office einsetzen zu können – diese Punkte standen beim Reformwarenhersteller Natura aus Hannover bei der Einführung der neuen ERP-Lösung ganz oben auf der Prioritätenliste.

Bei der Gründung des Unternehmens vor mehr als 100 Jahren war Natura einer der ersten Reformwarenhersteller Deutschlands. Heute beschäftigt der Produktionsbetrieb mehr als 50 Mitarbeiter und führt ein Sortiment von rund 500 Artikeln. Fruchtwürfel und Dampflegeprodukte bilden den Schwerpunkt des Sortiments von Natura.

Natura hat durch die Erarbeitung und Umsetzung der ISO-9001-2000-Zertifizierung und des IFS (International Food Standard, Version 4) sehr hohe Anforderungen an sich selbst gestellt. Um diesen Anforderungen gerecht zu werden, wurde beschlossen, das 15 Jahre alte ERP-System abzulösen und durch ein modernes zu ersetzen.

„Wir haben uns nach einem gründlichen Auswahlverfahren für Comarch ERP entschieden, weil uns die grafische Oberfläche sehr gut gefallen hat, sich die Software über den Browser bedienen lässt und auf Java basiert. Diese Vorteile ermöglichen es uns, von außen per Internet auf Daten des Unternehmens zuzugreifen“, erklärt Natura-Verwaltungsleiter Thomas Mayer.

Schnelles Lernen durch intuitiven Aufbau

„Die Schulung der User wurde bei uns vor Ort durchgeführt. Durch den intuitiven Aufbau von Comarch ERP Enterpri-

se konnten unsere User die Grundsätze der Software sehr schnell erlernen. Für die komplexeren Detailbereiche gab es natürlich Hilfestellungen.“ Die Akzeptanz der ERP-Software bei den Usern von Natura ist laut Mayer umso größer, je tiefer die Kenntnisse im Umgang mit den Anwendungen sind. Auch absolute Neulinge kommen mit der Bedienung in kürzester Zeit gut zurecht. Eingeführt wurden alle Comarch-ERP-Frameworks vom Basis-Framework über den Vertrieb bis hin zur Lagerhaltung. In der zweiten Projektstufe beschäftigt man sich bei Natura derzeit mit der Einführung des Frameworks „Statistik“ und den Reports über die OLAP-Datenbank.

In der dritten Stufe sollten dann die Home-Office-Fähigkeit sowie die Zugriffsmöglichkeit von unterwegs dazukommen.



Ein Interview mit Darbo finden Sie unter:
www.comarch.de/mittelstandkompakt



Bernbacher: Qualität aus Bayern



Bernbacher ist eine der großen, strahlenden Marken – seit über 115 Jahren. Die Nudeln mit der rot-weiß-blauen Wolke füllen lange Regalreihen in den Supermärkten. Im bayerischen Absatzgebiet ist Bernbacher seit langer Zeit marktführend. 2013 hat das Familienunternehmen aus Bayern auf 26.000 m² einen neuen Hauptsitz bezogen.

Mehr über den Qualitätshersteller, den Umzug sowie Prozesse und Herausforderungen in der Lebensmittelbranche berichtet Erwin Strittmatter, IT-Leiter bei Bernbacher im Interview mit Mittelstand Kompakt.

Mittelstand Kompakt: Bernbacher ist ein Unternehmen mit langer Tradition. Seit 1898 ist der Nudelhersteller aus Bayern aktiv. Wie erklären Sie sich die lange Erfolgsgeschichte?

Erwin Strittmatter: Seit 1898 bürgt Bernbacher mit seinem Namen für höchste Qualität und ausgesuchte Rohstoffe. Unsere Teigwaren werden ausschließlich aus sonnenverwöhntem Hartweizengrieß und Wasser aus dem bayerischen Voralpenland hergestellt – unbeschreiblich gut und mit dem für Bernbacher typischen Biss. Dieses Qualitätsversprechen führt die nun 5. Generation mit Katrin Bernbacher und Tobias Willmann weiter, um auch in Zukunft für Verbraucher ein zuverlässiger, nachhaltig produzierender und effizienter Lieferant sowie ein sicherer Arbeitgeber zu sein. Und da es uns jetzt schon über

115 Jahre gibt, kann es so falsch nicht gewesen sein, was wir getan haben.

Mittelstand Kompakt: Sie verfügen über eine breite Produkt Range, eine große Auswahl an Verpackungs- und Rohmaterial. Was bedeutet Qualität für Bernbacher?

Erwin Strittmatter: Schon 1969 wurde zur Qualitätssicherung ein eigenes Betriebslabor eingerichtet, um konsequent und verlässlich Rohstoff- und Produkt-Qualität auf höchstem Niveau sicher zu stellen. Die Einhaltung hoher Qualitätsstandards in allen Bereichen ist auch heute noch erklärtes Ziel der Unternehmensleitung.



Die nächste Generation in der Familienführung ist schon an Bord: Tobias Willmann und Katrin Bernbacher mit den Gesellschaftern Reiner Willmann und Anton Bernbacher

Mittelstand Kompakt: Welche Herausforderungen gibt es für ein Unternehmen aus der Nahrungsmittel-Branche?

Erwin Strittmatter: Gerade im hart umkämpften Teigwarenmarkt mit ziemlich austauschbaren Produkten sind Qualität, Tradition und eine Familie, die Verantwortung übernimmt, unser Alleinstellungsmerkmal. Wir unterliegen strengen Kontrollen und unser eigener Standard ist sogar noch höher. Wir bekommen es beim Absatz aber dennoch regelmäßig zu spüren, wenn irgendwo negativ über Lebensmittel in den Medien berichtet wird. Unsere Verbraucher können sich aber am neuen Standort bei einer kostenlosen Werksführung selbst von unserer Qualitätssicherung überzeugen und so schaffen wir Vertrauen in unser wichtigstes Gut: die Marke.

Mittelstand Kompakt: Die Josef Bernbacher & Sohn GmbH & Co. KG ist im Frühjahr 2014 in die Lise-Meitner-Straße in Hohenbrunn gezogen. Was war der Hintergrund?

Erwin Strittmatter: Wir mussten in den vergangenen Jahren feststellen, dass der alte Produktionsstandort den heutigen hohen Produktivitätsanforderungen in dem hart umkämpften Markt nicht mehr gewachsen war und so gab es am Ende nur noch zwei Optionen – aufgeben oder umsiedeln.

Mittelstand Kompakt: Von Produktionsmaschinen bis zur IT-Infrastruktur: Einen neuen Unternehmensstandort aufzubauen, ist immer ein Großprojekt. Wie haben Sie dies gemeistert?

Erwin Strittmatter: Wir sind nach nur 16 Monaten Bauzeit und ohne größere Zwischenfälle umgezogen – das schafft man nur mit einem langfristig ausgeklügelten Plan und einer ganzen Reihe zuverlässiger Partner. Dabei sind wir natürlich nicht über Nacht umgezogen, sondern haben noch bis 31.12.2013 am alten Standort vorproduziert, während andere Linien am neuen Produktionsstandort sukzessive in Betrieb genommen wurden. Aber auch wenn alle Beteiligten gut miteinander funktionieren haben – den Umzug eines Industriebetriebes will sicherlich niemand so schnell wiederholen!

Mittelstand Kompakt: Welche Effekte erzielen Sie jetzt durch effektivere Produktionslinien, moderne Verpackungsmaschinen und Ihr vollautomatisches Hochregallager?

Erwin Strittmatter: Der Tassiloplatz hatte als Unternehmenssitz von Bernbacher die Grenzen der Belastbarkeit erreicht,

das Wirrwarr angestückelter Bauten wurde durch eine der modernsten Nudelfabriken Europas ersetzt und wir fertigen nun auf einer Ebene und konnten unsere Produktionskapazität von 25.000 to auf jährlich 32.000 to erhöhen und sind damit wieder wettbewerbsfähig.

Mittelstand Kompakt: Sie verfügen ja über wichtige Zertifizierungen wie IFS Food 6 oder IFS Broker und ein betriebsinternes Labor, wo Sie Hartweizen, Flüssigei und die fertigen Teigwaren überprüfen können. Ist die Errichtung eines neuen Werks in der Nahrungsmittelbranche eine besondere Herausforderung?

Erwin Strittmatter: Das wichtigste Ziel, sowohl der Zertifizierungen, also auch bei der Errichtung eines neuen Werks, ist die Lebensmittelsicherheit. Die Integration eines Hygienekonzepts ist in beiden Fällen der Grundstein. Aber auch der optimale Material- und Personalfluss bilden ein zentrales Fundament bei den Planungskriterien in der Nahrungsmittelbranche. Ebenso müssen spezifische Anforderungen am Gebäude bzw. den baulichen Elementen mit integriert werden. Aber auch die komplette Infrastruktur ist an modernster und höchster Effizienz auszurichten.

Mittelstand Kompakt: Wieviel Nudeln produziert Bernbacher jedes Jahr?

Wir produzieren heute nicht nur die beliebten Eiernudeln „Die Guten“ oder „Feines Bayern“ mit Rohstoffen aus der Region, sondern auch Hartweizen-Nudeln ohne Ei (Bella Pasta) in mehr als 60 Varianten sowie Instant-Nudeln für den Lebensmitteleinzelhandel, Großverbraucher und die Industrie und bieten neben Handelsmarken auch Grießprodukte und Fertiggerichte und handeln mit Pasta-Saucen und verschiedenen Pesto-Varianten. Pro Kopf verzehrt der Deutsche ca. 7,7 kg Nudeln/Jahr - wir können am neuen Standort rund 32.000 to p.a. fertigen.

Mittelstand Kompakt: Was hat sich in Ihrem Geschäft während der vergangenen Jahrzehnte verändert?

Erwin Strittmatter: Da die Märkte kein allgemeines Wachstum erfahren, hat sich ein ausgeprägter internationaler Verdrängungswettbewerb entwickelt. In Verbindung mit volatilen Rohstoffmärkten und -qualitäten hat sich das Geschäft dahingehend entwickelt, die Kunden nicht nur mit dem Produkt allein



zu versorgen, sondern darüber hinaus Sicherheit und Verlässlichkeit zu bieten. Wir setzen dies zum Beispiel durch den Betrieb eines eigenen Labors um, welches uns die Möglichkeit gibt, Rohstoffe und Fertigprodukte sowie die internen Prozesse zu untersuchen. Wir können dadurch unseren Kunden ein hohes Maß an Sicherheit aber eben auch ein kontinuierliches Qualitätsniveau bieten.

Mittelstand Kompakt: Wie hat sich die Herstellung von Nudeln verändert?

Erwin Strittmatter: Wir sind aus einer kleinen Bäckerei entstanden, der Gründer, Josef Bernbacher fertigte die ersten Nudeln in Handarbeit – damals nur als Randprodukt, denn die Restwärme der Backöfen wurde zum Trocknen der Nudeln verwendet. Die geschäftsführenden Gesellschafter, Reiner Willmann und Anton Bernbacher blicken heute hingegen auf eine nahezu vollautomatisierte Produktionsstraße und beschäftigen 120 Mitarbeiter, die für das Gelingen unserer Produkte zuständig sind.

Mittelstand Kompakt: Welche Rolle spielt Automatisierung für Sie?

Erwin Strittmatter: Die Automatisierung spielt bei einem Produkt wie Teigwaren eine sehr große Rolle, denn Handel und Verbraucher erwarten ein stets hochwertiges und qualitativ gleichbleibendes Produkt. Zudem kann nur so eine gewisse Menge erreicht werden, um unsere Kunden kontinuierlich mit frischer Ware bedienen zu können.

Mittelstand Kompakt: Wie hilft Ihnen Comarch, die große Menge an produzierten Artikeln zu steuern?

Erwin Strittmatter: Die Software von Comarch unterstützt uns bei einem Großteil unserer Prozesse. Beginnend bei der Planung von Produktionen bis zur Einlagerung am Hochregallager. Dabei steht die Software von Comarch im Mittelpunkt und ist unser zentrales System, quasi unser Gehirn. Sämtliche Stammdaten werden in Comarch zentral gepflegt und an andere Systeme per Schnittstellen weitergegeben. Nur so kann ein reibungsloser und rückverfolgbarer Ablauf gewährleistet werden.

Mittelstand Kompakt: Warum haben Sie sich für eine Lösung von Comarch entschieden?

Erwin Strittmatter: Im Zuge einer Prozessanalyse im Jahr 2010

wurde ein Lastenheft für eine neue ERP-Software erstellt. Die Entscheidung fiel zu Gunsten der Comarch CEE - eine der modernsten und innovativsten Softwarelösungen am Markt.

Mittelstand Kompakt: Welche Rolle spielt die IT in Ihrem Haus?

Erwin Strittmatter: Durch die hohe Automatisierung am neuen Standort und dem engen Zusammenspiel der unterschiedlichen Systeme, spielt die IT im Hause Bernbacher mittlerweile eine wichtige und entscheidende Rolle. Meine Abteilung ist entscheidend mitverantwortlich für einen reibungslosen Ablauf aller Prozesse.

Mittelstand Kompakt: Welche Projekte stehen bei Bernbacher im Bereich IT an?

Erwin Strittmatter: Da wir unser System stetig ausbauen und aktualisieren möchten, stehen in den kommenden Jahren unter anderem Projekte wie der Umstieg auf das neue ERP-System „Comarch-CEE“, eine hohe Verfügbarkeit der IT-Systeme, die kontinuierliche Optimierung der vorhandenen Prozesse, die Einführung eines QS-Systems, das an das vorhandene MES-System angebunden ist, die Archivierung, aber auch der Ausbau des MIS-Systems (QlikView) an. Wer zu den big play-

ern gehören will, muss sich einfach immer weiter entwickeln.

Mittelstand Kompakt: In Sachen Nachhaltigkeit und Innovation: Was plant Bernbacher für die Zukunft

Erwin Strittmatter: Nachhaltigkeit war und ist im neuen Produktionsbetrieb ein zentrales Thema und wir konnten einige Projekte in puncto Umweltschutz, Nachhaltigkeit und Effizienz bereits realisieren, arbeiten aber stetig daran, uns hier weiter zu entwickeln und so sind wir darauf eingerichtet in Zukunft ein eigenes Blockheizkraftwerk in Betrieb zu nehmen. Ende des Jahres werden wir ein innovatives Neuprodukt herausbringen, das den Teigwarenmarkt revolutionieren kann und für uns vielleicht der Auftakt für Gespräche mit nationalen Partnern sein könnte. Mehr kann ich im Augenblick leider noch nicht verraten – wir sehen uns dann aber hoffentlich am Regal!



Das Interview führte:

Klaus Lechner
Public Relations Manager
Comarch
klaus.lechner@comarch.com

Der Public Relations Manager ist auch Reporter und geht den Sachen gerne auf den Grund. Sachlich und verlässlich sollen die Informationen sein, die er in der Öffentlichkeit kommuniziert.



Mineralöl & Tankstellen – Treibstoff für den Erfolg

Die Welt wird immer mobiler. Reisen gehört heute zum „daily business“. Also gibt es stetigen Bedarf an Treibstoff. Die Herausforderung liegt für diese Branche eher darin, Kunden nachhaltig an die eigene Marke zu binden. Auf den folgenden Seiten zeigen unsere Experten Erfolgsmodelle im Bereich Kundenbindung und Business Intelligence.

„In this business we're all pioneers“

Bob Dudley, Group Chief Executive BP



Kundenbindung bei BP Global



Als internationales Energieunternehmen ist BP auf sechs Kontinenten in über 100 Ländern tätig und beschäftigt circa 117.000 Mitarbeiter. BP ist eines der umsatzstärksten Unternehmen der Welt und fokussiert sich auf die Gewinnung und Verarbeitung von Erdöl und Erdgas sowie auf den Vertrieb entsprechender Erzeugnisse. Zudem ist BP der weltweit größte Hersteller von Solaranlagen. Ziel des Unternehmens, das auf eine über 100-jährige Unternehmensgeschichte und -tradition zurückblickt, ist die Erzielung von Gewinnen, die nicht nur dem Unternehmen selbst zugutekommen, sondern auch den lokalen Gemeinschaften an den Orten, an denen BP geschäftlich tätig ist. Weltweit hat die Gruppe 22.100 Tankstellen. Der Konzern umfasst sechs Hauptmarken: BP, ARAL, ARCO, Castrol, ampm und Wild Bean Café.

Geschäftliche Herausforderungen

BP war einer der ersten Tankstellenbetreiber, die sich ent-

schieden, ein Kundenbindungsprogramm in diesem Umfang durchzuführen. Nach dem ein Jahr andauernden Ausschreibungsprozess wurde Comarch als Lieferant des IT-Systems aus 20 Bewerbern ausgewählt. Die Zielstellung war dabei klar: eine einzige IT-Plattform für alle Länder.

Das CLM-System (Comarch Loyalty Management), das Comarch für BP Global implementierte, sollte die Attraktivität des Angebots für die BP-Kunden erhöhen, zur Stärkung der Kundenbindung beitragen und:

- den aktuellen Kundenstamm beibehalten,
- den Verkauf an die bestehenden BP-Kunden steigern,
- neue Kunden gewinnen (und dadurch die Verkaufszahlen erhöhen),
- das Ansehen des Konzerns durch den Aufbau individueller Kundenbeziehungen stärken,
- den Marktanteil des Unternehmens mit Hilfe moderner



Business-Case

- Marketingstrategien erhöhen,
- den Verkauf von Produkten außerhalb des Kraftstoffgeschäfts steigern,
- die Marketingkosten senken,
- die Markteinführungszeit verkürzen.

Die Lösung

Das von Comarch implementierte System erfüllte alle Bedürfnisse und Anforderungen von BP. Für jedes Land, in dem BP tätig ist, stellt die Comarch-Plattform einen individuellen Funktionsumfang bereit. Dabei wurden sowohl die konzernweiten Standards als auch die Anforderungen und rechtlichen Vorgaben des jeweiligen lokalen Marktes berücksichtigt. Zudem wurde in jedem Land ein eigenständiges Kundenbindungsprogramm eingeführt, mit eigenem Betriebsmodell sowie individuellen Promotionen, Einlöseregeln und Marketingnachrichten. Bei BP wurden die folgenden Systemmodule implementiert:

- Business Administration
- Contact Center
- Logistik
- Business-to-Business-Modul
- POS-Modul zur Nutzung an der Tankstelle

Das Projekt für BP zeichnet sich vor allem dadurch aus, dass alle Programme in Europa über eine einzige IT-Plattform betrieben werden. Das System wird im Comarch Data Center am Comarch-Hauptsitz in Krakau gehostet.

Im Rahmen dieses Projekts hat Comarch nicht nur eine Softwarelösung geliefert, sondern auch eine umfassende Palette professioneller Dienstleistungen, darunter Beratung, Entwicklung, Anpassung, Pflege, Kontoverwaltung und Promotion-Definition.

Darüber hinaus wurden POS-System, externe Kundenbindungssysteme, CRM- und ERP-System, externes Analysesystem, SMS-Gateway, E-Mail-Server und Lettershop integriert.

Vorteile

- Umstellung von Offline- auf Online-System
- Detaillierte Transaktionsdaten (Konto, Karte, Teilnehmer)

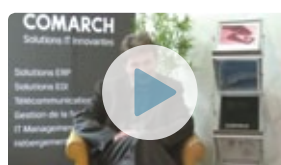
- Promotion-Designer für die Umsetzung von Marketingideen
- Personalisierte Marketingnachrichten und Coupons in Echtzeit
- Verkürzter Workflow für die Promotion-Definition
- Ausrichtung von Angeboten auf Kundensegmente anhand der Transaktionshistorie
- Online-Kartenmigration aus alten Lösungen

BP Global über das Loyalty-Projekt

Olivier Martinet, Marketing Director bei BP Europe, ist verantwortlich für den B2C-Netzwerkausbau und sagt zu dem Projekt mit Comarch:

„Comarch und die Comarch-Lösungen kümmern sich um das gesamte Back-Office und die IT-Plattform für unsere Kundenbindungsprogramme, d.h. Karten und Kundenkonten, Prämien, Promotionen, Kommunikation und natürlich die komplette Punkteverarbeitung. Wir arbeiten inzwischen seit mehr als zehn Jahren mit Comarch. Wir haben uns für das Unternehmen entschieden, weil wir auf der Suche nach einem Anbieter waren, der sich mit unseren Ansprüchen und unserer Strategie weiterentwickeln kann und der in der Lage ist, seine Lösung und deren Funktionsweise an die jeweiligen Besonderheiten der BP-Länder anzupassen. Wir haben einen Partner gesucht, der uns während der gesamten Dauer des Projekts zum Loyalty-Programm begleiten würde. Wir haben eine vertrauensvolle Beziehung zu Comarch aufgebaut, und ich freue mich, dass sich diese Beziehung auf alle lokalen BP-Niederlassungen erstreckt.

Die gemeinsame Arbeit hat unsere Erwartungen vollständig erfüllt – und zwar auf globaler und lokaler Ebene. Die Fachleute von Comarch verfügen über umfassende Erfahrung und haben immer neue Ideen, wie das Programm noch weiter verbessert und seine Attraktivität erhöht werden kann.“



Olivier Martinet,
Marketing Director,
BP Europe



BI bei BP – Einblick in Umsätze

Durch ein Loyaltyprogramm lassen sich viele relevante Daten sammeln. Bei der weiteren Planung mit solchen Daten und Erfahrungswerten kann Business Intelligence eine große Hilfe sein.



Zu Beginn der Geschäftstätigkeit in Polen unterhielt BP lediglich ein Vertriebsbüro für Motoren- und Getriebeöle. Heute zählen zu den Hauptgeschäftsfeldern von BP der Vertrieb von Kraft- und Schmierstoffen, der Handel mit Flüssiggas sowie die Herstellung von Straßenbaubitumen. Die erste BP-Tankstelle wurde in Polen am 5. August 1995 eröffnet. In den darauf folgenden Jahren errichtete BP weitere Tankstellen, darunter eigene BP-Tankstellen sowie Partnertankstellen. Über die Jahre entwickelte sich BP zum größten ausländischen Energieunternehmen in Polen, das über das am weitesten ausgebaute Tankstellennetz verfügt. Seit 1991 hat BP in Polen über 800 Mio. USD investiert. Das Unternehmen zählt in Polen zu den 20 größten Unternehmen und beschäftigt über 3.000 Mitarbeiter in fünf Geschäftsfeldern.

Warum nutzt BP BI?

Hauptziele für die Einführung von Comarch Business Intelligence bei BP waren die Erstellung operativer Berichte sowie die Speicherung der Vertriebsergebnisse aller Tankstellen an einem gemeinsamen Ort im System. Damit sollten die Führungskräfte auf einfache Weise Einblick in die von den einzelnen Tankstellen erzielten Umsätze erhalten. Zudem sollte die Implementierung BP ermöglichen, umfassende Auswertungen sowie vergleichende Analysen bestimmter wirtschaftlicher Kennzahlen (bspw. Verkaufsvolumen der Kraftstoffe, Umsätze pro Tankstelle u.a.) durchzuführen, Prognosen für mögliche Ergebnisse einer Tankstelle am Monats- und Jahresende zu erstellen, Vertriebszahlen für kommende Zeiträume zu simulieren sowie Schwachstellen im Tankstellenmanagement recht-

Business-Case

zeitig zu erkennen. Diese Möglichkeiten sind für das operative Tagesgeschäft von großer Bedeutung. So können frühzeitig Maßnahmen ergriffen werden, wenn ungünstige Situationen wie bspw. sinkende Verkaufszahlen oder steigende Kosten auftreten. Neben den vertriebsrelevanten Daten werden im BI-System auch Informationen zu lagerrelevanten Vorgängen gespeichert, um eine möglichst vollständige Darstellung von Informationen sicherzustellen.

Technologien im Einsatz

Die für BP entwickelte IT-Lösung basiert auf der Plattform Microsoft SQL Server 2005 unter Verwendung von Analysis Services. Zur Verwaltung des Data Warehouse und für die Abwicklung von ETL-Prozessen wird der Comarch Data Warehouse Manager eingesetzt. Als Reporting-Tool entschied sich BP für den Einsatz von Microsoft Excel, wobei die Berichte vom System automatisch erstellt werden. Die gesamte BI-Plattform wird im Rechenzentrum von Comarch betrieben. Comarch Business Intelligence ist eine universelle Analyseplattform, die auch die Entwicklung und Einführung von Data Warehouses abdeckt. Die Business Intelligence-Lösung basiert auf unterschiedlichen Technologien wie bspw. SQL oder ORACLE.

Durch den Einsatz der OLAP-Technologie ermöglicht Comarch Business Intelligence mehrdimensionale Analysen. Comarch arbeitet mit unterschiedlichen BI-Anbietern zusammen, u.a. mit Microsoft, Business Objects, Cognos und Oracle.

Zur besseren Beurteilung der Rentabilität einzelner Tankstellen wird ein universelles Werkzeug zur Erstellung von Arbeitszeitbudgets verwendet. Dadurch lassen sich umfangreiche Analysen durchführen.

Weltweites Projekt

Das Projekt zu Comarch Business Intelligence wurde zuerst in Polen umgesetzt und zu einem späteren Zeitpunkt auf weitere Länder, in denen BP tätig ist – u.a. Deutschland, Schweiz, Luxemburg, Frankreich, Spanien und Portugal – ausgeweitet.

Aus Kundensicht

Das Marketing-Performance-Framework-Projekt entstand mit dem Ziel, Informationen über Kundenverhalten und aktuelle Markttrends zu gewinnen. Durch das erfolgreich implementierte BI-System erhielten die Führungskräfte der Tankstellen Zugang zu entscheidungsrelevanten Informationen.



In diesen europäischen Ländern
setzt BP Comarch BI ein



Daten, die von der Comarch-Business-Intelligence-Plattform bereitgestellt werden, ermöglichen eine viel effizientere Planung und Verwaltung als dies bisher möglich war. Durch die regelmäßig von Comarch Business Intelligence erstellten Berichte hat BP bei wöchentlich stattfindenden Treffen der Tankstellenbetreiber den vollständigen Einblick in die aktuelle Unternehmenssituation. Unerwünschte Ereignisse können

einfacher identifiziert und verhindert sowie alle sich bietenden Gelegenheiten rechtzeitig ergriffen werden.

Durch die Implementierung von Comarch Business Intelligence kann sich BP bei der Verwaltung seines Tankstellennetzes auf wichtige Entscheidungen konzentrieren, anstatt die Zeit für die Erstellung periodischer Berichte zu vergeuden.



David Glantz
Director Pre-Sales and Service Implementation
Comarch
david.glantz@comarch.com

Der Diplomkaufmann ist ein Experte für Loyalty-Programme. Sein Schwerpunkt liegt u.a. auf Branchen wie Travel (Airline, Airports, Railway-Operators, Bus-Operators), Retail, Banking und E-Commerce. Projekte bei zahlreichen Kunden, darunter viele international operierende Unternehmen, tragen seine Handschrift.

Andreas Greiner
Business Intelligence Consultant
Comarch
andreas.greiner@comarch.com

Andreas Greiner ist Diplom-Betriebswirt und bei Comarch für den Business-Intelligence-Bereich verantwortlich. Seine Erfahrungen in Business Intelligence beruhen auf Implementierungen und Realisierungen verschiedenster BI-Projekte in Deutschland und Spanien bei unterschiedlichsten Kunden aus diversen Branchen.



Ein Interview mit OMV finden Sie unter:
www.comarch.de/mittelstandkompakt



IT & Technik

Die Experten in diesem Heft denken wie mittelständische Unternehmen – nicht in abstrakten IT-Modellen, sondern in praktikablen Lösungen und in Vorteilen, die sich durch Verbesserungen und Neuerungen erzielen lassen, die in ERP, ECM, EDI, BI, Financials & Co. stecken. Wir denken in Vorteilen für Ihr Unternehmen, weil wir wissen, dass am Ende nur eines zählt: Der Erfolg Ihres Unternehmens. Unser Job ist es, die technologische Grundlage für diesen Erfolg zu schaffen und Ihnen mit unserem Know-how bei Bedarf unter die Arme zu greifen.

Nun möchten wir Ihnen Software-Lösungen vorstellen, die das Geschäft des Mittelstandes vereinfachen helfen. Wir stellen Ihnen jeweils vor, z.B. bei ERP: Was ist es, wer braucht es, welche Vorteile hat der Einsatz und wie lohnt er sich?





ERP – Das Schiff sicher steuern

Das Warenwirtschaftssystem ist das zentrale Softwaresystem im Handel, nicht nur bei der Warensteuerung, sondern auch bei der Informationsbeschaffung. Wir räumen auf mit den Mythen über ERP (Enterprise Resource Planning). Fakten über ERP und warum es in vielen Branchen nicht ohne geht.





Warum ERP?

Wer braucht wann ein ERP und was ist das überhaupt?

Enterprise-Resource-Planning (ERP) ist Planung und Steuerung aller vorhandenen Ressourcen wie Kapital, Personal, Betriebsmittel und vielem mehr. So wird ein effizienter betrieblicher Wertschöpfungsprozess ermöglicht und die Steuerung der unternehmerischen und betrieblichen Abläufe optimiert. Dazu gehört zum Beispiel die Materialbedarfsplanung, die „heutzutage nur noch mit Hilfe von IT-Systemen auf Basis einer modernen Informations- und Kommunikationstechnik zu erreichen“ sei, so das Onlinelexikon Wikipedia.

Dennoch stellen sich doch recht häufig Unternehmen die Frage: Brauche ich ein ERP-System? Fangen wir an mit der Basis. Was kann ein ERP-System?

ERP-Systeme bilden folgende Geschäftsprozesse ab:

Disposition

Logistik

Abrechnung

Betriebswirtschaftliche Auswertung

Der Nutzen in Zahlen

Jedes Unternehmen ist anders, wie lässt sich also allgemein ein Nutzen abschätzen? Return on Investment definiert Dr. Eric Scherer von der Beratungs- und Research-Firma i2s als die Verbesserung gegenüber dem Status quo, die Verhinderung von Risiken und die Ausweitung bestehender und Erschließung neuer Geschäftsfelder.

Mehr über Return on Investment erfahren Sie auf den nächsten Seiten



Janina Hänsel
Redaktion Mittelstand Kompakt
janina.haensel@comarch.com

Die belesene Wirtschaftswissenschaftlerin hat umfassende Erfahrungen in den Bereichen IT Services, EDI und ERP gesammelt. Ihr Schwerpunkt liegt dabei auf der digitalen Welt der Wirtschaft.

Welchen ROI bringt ERP?



VICTORINOX

Comarch ERP ermöglicht es der Victorinox AG, die Auftragserfassungszeit – und damit auch die Kosten – um satte 50% zu reduzieren. Eine zusätzliche Verbesserung ist dem Produktkonfigurator zu verdanken. Beispielsweise konnten die ca. 4.000 Artikel mit bisher eigenen Stücklisten und Arbeitsplänen durch etwa 400 Basisartikel ersetzt werden, was eine enorme Reduktion der Stammdatenpflege bedeutet.



Für die Blizzard Sport GmbH hat sich die Einführung der ERP-Software von Comarch voll ausgezahlt. In der Produktion führte die Einführung des neuen ERP Systems zu einer höheren Transparenz in Fertigung und Prozesssicherheit. Die Kollektion 2010/2011 konnte 2 Monate und die Kollektion 2011/2012 – nochmals 1,5 Monate schneller gefertigt werden. Im Finanzwesen wurde der Zeitaufwand für den Jahresabschluss um 50% verkürzt.



„Neben den optimierten Abläufen verdanken wir der neuen Lösung eine Kostenersparnis gegenüber dem früher üblichen hohen Programmieraufwand, denn wir können intern viele Anpassungen selber vornehmen.“ – IT-Leiter Christian Lupitzki, BHK Holz u. Kunststoff KG



„Die ERP-Lösung von Comarch ist perfekt mit unserem neuen Online-Shop verbunden und steuert die dahinter stehende Logistik höchst effizient. Dank dieser Leistungsfähigkeit sind wir in der Lage, unsere Kunden Montag bis Samstag, nach einem selbst gewählten Lieferfenster zuverlässig zu beliefern.“ – Dr. Steffen Christ, Die Bringmeister von Kaiser's Tengelmann



Der Textilspezialist Freudenberg Gygli aus Zug in der Schweiz hat seine Wertschöpfungskette mit Comarch ERP optimiert. Die Durchlaufzeiten für Aufträge haben sich dank der ERP-II-Lösung halbiert.



„Wir sind in der Produktionsplanung jetzt doppelt so schnell.“ – Olaf Jerg, Projektleiter
GWF MessSysteme AG



„Wir haben die früheren Terminüberschreitungen drastisch gegen Null reduziert.“ – Christian Otte, IT-Manager

Auch bei einer realistischen Kalkulation der Kosten für die hochwertigen Spezialwerkzeuge von ifw hilft die ERP-Lösung. Während es früher lediglich eine Kostenermittlung für das produzierte Werkzeug als Ganzes gab, schlüsselt ein Nachkalkulationsreport jetzt die Kosten für die Bestandteile eines solchen Hightech-Produkts auf.



Comarch ERP ist in der Lage, über Multi-Channel-Sales sämtliche Onlineshops bei Kik schnell und tief integriert anzubinden.



„Durch den intuitiven Aufbau von Comarch ERP konnten unsere User die Grundsätze der Software sehr schnell erlernen.“ – Thomas Mayer, Verwaltungsleiter Natura



Bei Wagner + Grimm AG konnten dank der neuen Software in einigen Abteilungen Kosten deutlich gesenkt werden.



Comarch ERP ist das Herzstück der Sonax GmbH. Die ERP-Lösung hilft dem Unternehmen, die Bestellaufträge in den Firmen SONAX und Hoffmann MINERAL einzulasten, gegen Lagerbestände zu prüfen, Produktions- und Beschaffungspläne daraus zu generieren, bei Lieferanten Nachschub zu bestellen, logistisch durchzuschleusen, die Produktion vorzubereiten (Enterprise Resource Planning), zu produzieren, zu liefern und die Bezahlung in Form von Rechnungen an Kunden anzustoßen. Im direkten Vergleich mit dem alten ERP-System konnte eine deutliche Verbesserung erzielt werden. Alle Prozesse wurden optimiert.



„Comarch ERP bietet uns seit vielen Jahren eine optimale Ergonomie, die am Markt weiterhin einzigartig ist. Andere Lösungen sind da wesentlich komplizierter

in der Handhabung. Die Durchlaufzeit für unsere Kunden liegt heute bei ein bis zwei Tagen “

Manuel Gosch, Projektleiter bei Steinbacher



Comarch ERP – Technik für Märkte und Menschen

Jeder Markt und jede Branche tickt anders. Firmen reagieren darauf mit individuellen Konzepten und Prozessen. Daher müssen ERP-Systeme genauso flexibel und anpassungsfähig sein wie die Firmen, die sie einsetzen.

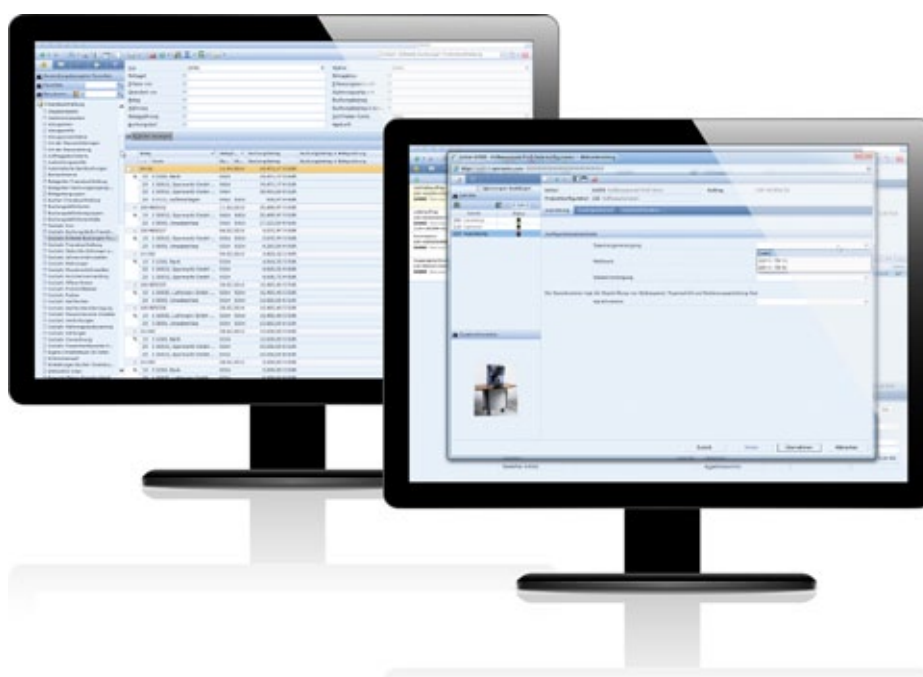
Märkte

Basis dafür ist bei Comarch ERP eine offene Architektur. Comarch ERP ist ein webbasiertes ERP-System und kann einfach aus dem Internetbrowser gestartet werden - immer und überall. Die Comarch-ERP-Daten sind entsprechend ihrem Gebrauch insgesamt auf vier logische Datenbanken verteilt worden. Aufgrund der Trennung in drei logische Schichten ergibt sich die hohe Skalierbarkeit: Schicht der Datenhaltung / Schicht der Anwendungslogik inkl. Webserver / Schicht der grafische Benutzeroberfläche (Webbrowser). Dabei lassen sich auch komplexe Unternehmensstrukturen abbilden, da Comarch ERP voll Multisite-fähig ist. Firmen, die in mehreren Ländern aktiv sind, werden mit Sprach- und Länderversionen

unterstützt. Mit den Collaborative-Funktionen können Informationen und Systemfunktionalitäten mit den wichtigsten Lieferanten und Kunden geteilt werden. Alle Abläufe und auch die Oberflächen einzelner Benutzer lassen sich im ERP-System genauso abbilden, wie es das Tagesgeschäft erfordert.

Menschen

Die Software wurde nach Ergonomie-Richtlinien entwickelt und ist leicht und intuitiv zu bedienen, um den Benutzern die tägliche Arbeit so angenehm und effizient wie möglich zu gestalten.



Comarch ERP bei John



Im Interview mit Mittelstand Kompakt hat Markus Hirth, IT-Leiter und Controller bei der Firma John den Wert intuitiver Bedienung genau beschrieben.

Mittelstand Kompakt: Was hat sich in Ihrem Geschäft während der vergangenen Jahrzehnte verändert?

Markus Hirth: Ich glaube, dass das bei allen Lieferanten und Herstellern mittlerweile gleich ist: Man muss schneller und gleichzeitig mehr liefern, um den Kunden heutzutage zufriedener zu stellen. Die Qualität muss steigen, darf aber nicht teurer verkauft werden.

Mittelstand Kompakt: Wie hat sich die Produktion verändert?

Markus Hirth: Das bedeutet mehr Automatisierung, um die Qualität zu steigern und die Produkte schneller und besser ausliefern zu können.

Mittelstand Kompakt: Auf welchen Märkten und in welchen Ländern sind Sie vertreten?

Markus Hirth: Wir vertreiben unsere Produkte in ganz Europa, in Teilen Afrikas, Asien, Russland, fast auf der ganzen Welt.

Mittelstand Kompakt: Das sind große Aufgaben, die John bewältigen muss. Wie hilft Ihnen Comarch ERP bei der Realisierung?

Markus Hirth: Indem alle Abteilungen, Einkauf, Vertrieb, Lager, Produktion und alle unsere Prozesse in Comarch ERP abgebildet werden.

Mittelstand Kompakt: Sie haben also alle Frameworks von Comarch ERP im Einsatz, wann und warum haben Sie sich für Comarch ERP entschieden?

Markus Hirth: Im Jahre 2003 haben wir uns aufgrund der Benutzeroberfläche, der Funktionalität und des Looks and Feels für Comarch ERP entschieden. Wir sind sehr zufrieden, die Software ist sehr flexibel. Es ist für die Mitarbeiter ein idealer Umstieg gewesen. Alles kennt man vom Look and Feel. Das hat alles sehr gut gepasst. Ich kann Comarch ERP nur jedem weiterempfehlen.

Mittelstand Kompakt: Dann sind Sie bzgl. Comarch ERP ja eigentlich ein Kunde der ersten Stunde. Wie wurde Comarch ERP bei Ihnen eingeführt?

Markus Hirth: Bis auf die Installation, das heißt das Customizing, alle Abbildungen der Prozesse, wurde alles von mir alleine gemacht, ohne große Unterstützung durch Comarch, weil das System das einfach zulässt. Dieses Look and Feel, man kommt sehr gut zurecht, man findet sich sehr leicht und sehr schnell zurecht. Deshalb war die Einführung relativ einfach für mich durchzuführen.

Mittelstand Kompakt: Weshalb ist flexible Software wichtig für Sie?

Markus Hirth: Sie ist wichtig, um vor allem auf alle Kundenwünsche, aber auch interne Anforderungen perfekt eingehen zu können und sie bestmöglich zu erfüllen.



Das Video zum Business-Case finden Sie hier:

www.comarch.de/it-loesungen/erp/referenzen/john



IT Mittelstand berichtete in einer Titelgeschichte über den ERP-Einsatz bei John in Ausgabe 9/2014.



Abteilungen und Prozesse

Mit einem modernen ERP-System wie Comarch ERP lassen sich die Prozesse quer durch die Abteilungen steuern und optimieren.



Comarch ERP wird zum Beispiel eingesetzt bei Die Bringmeister von Kaiser's Tengelmann

Vertrieb

Funktionen für jede Phase eines Vertriebsprozesses

Lagerlogistik

Flexible Lagerlogistik für mehrstufige Lagerstrukturen mit Lagerorten, -zonen und -plätzen

Rechnungswesen

Voll integriertes Rechnungswesen (Finanzbuchhaltung, Anlagenbuchhaltung, Controlling)

Produktion

Planungs- und Steuerungsfunktionen für Serien-, Auftrags-, Einzel-, Varianten- und Prozessfertigung

Unternehmenssteuerung

Geschäftsprozesssteuerung

CRM

Kontaktverwaltung zur Beziehungspflege zu Kunden und Partnern

Projektmanagement

Projektplanung und -steuerung mit integriertem Projektcontrolling

Beschaffung

Dispositions- und Beschaffungsprozess (Kundenaufträge, Produktionspläne, Beschaffungsanfragen, Preisvergleiche und Preispflege, Bestellüberwachung, Einkaufsrechnungserstellung)

Dokumentenmanagement

Eigenentwickeltes Dokumentenmanagement mit Integration mit Microsoft Office

Multi-Channel-Sales

Multi-Channel-Sales stellt eine Erweiterung des Comarch ERP-Systems dar, um unterschiedliche Systeme anzubinden, wie:

- Shops
- POS
- Call Center
- Bezahlsysteme
- Logistiker
- externe Auskunftsteien
- um die Prozessabläufe der ERP-Systems zu modifizieren
- Lieferung erst nach Bezahlung
- Rückzahlung nach Retour
- und um neue Prozessabläufe, abhängig von externen Parametern, zu implementieren.

Zalando



Die Leistungsfähigkeit von Comarch ERP wurde in zahlreichen Projekten unter Beweis gestellt.

Zalando Anforderungen Soll (in 24 Stunden):

- 100.000 Neukunden
- 100.000 Kundenaufträge mit 2 bis 3 Positionen
- 100.000 Lieferungen inklusive Kommission
- 100.000 Retouren

Ist (in 24 Stunden - Abnahme):

- 540.000 Kundenaufträge mit 1.350.000 Auftragspositionen

Weitere Anforderungen betrafen u.a. die Erweiterbarkeit des Systems durch Zalando Programmierer (SDK), sowie Skalierbarkeit und Zuverlässigkeit (gespiegelte Datenbanken).

Gerne stehe ich für alle Fragen, Wünsche und Anregungen zu Comarch ERP immer zur Verfügung. Kontaktieren Sie mich einfach: frank.siewert@comarch.com



Weitere Informationen über Comarch ERP unter www.comarch.de/erp



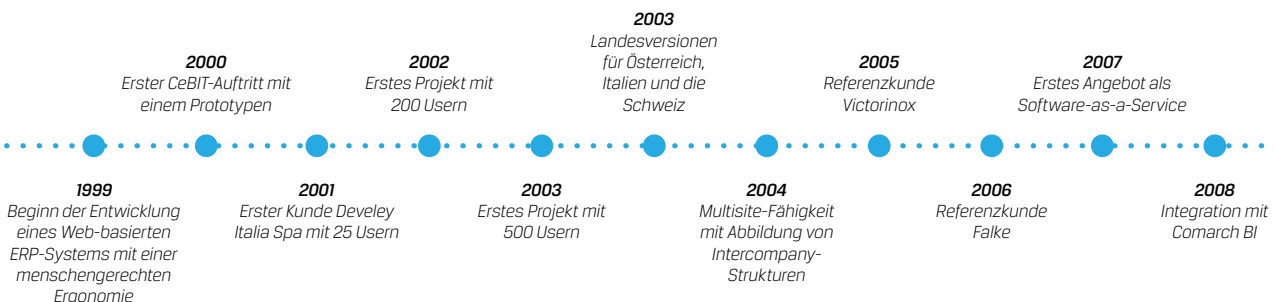
Frank Siewert
Vorstandsmitglied
frank.siewert@comarch.com

Frank Siewert ist im Vorstand bei Comarch. Der Betriebswirt ist ein versierter Spezialist für Software-Einführungen. In den Bereichen ERP und Rechnungswesen baut er auf jahrzehntelange Erfahrung. Sein Spezialgebiet und seine Leidenschaft sind ERP-Einführungsprojekte mit Produktions-, Versandhandels- und Onlinehandelsschwerpunkten. Aus zahlreichen Software-Einführungen, z.B. bei Kik, Victorinox und Bringmeister von Kaiser's Tengelmann, sind ihm die Bedürfnisse großer, mittelständischer und kleiner Unternehmen bestens vertraut.

ERP-Zeitstrahl



Björn Johansson
Comarch ERP Enterprise
bjoern.johansson@comarch.com



Unabhängig ausgezeichnet – ERP-System des Jahres



Der hohe Standard, den die ERP-Software Comarch ERP erfüllt, wird auch von unabhängiger Seite bestätigt. Bereits zweimal wurde Comarch ERP als „ERP-System des Jahres“ ausgezeichnet: 2011 in der Kategorie „E-Business“ und 2013 in der Kategorie „Ver-

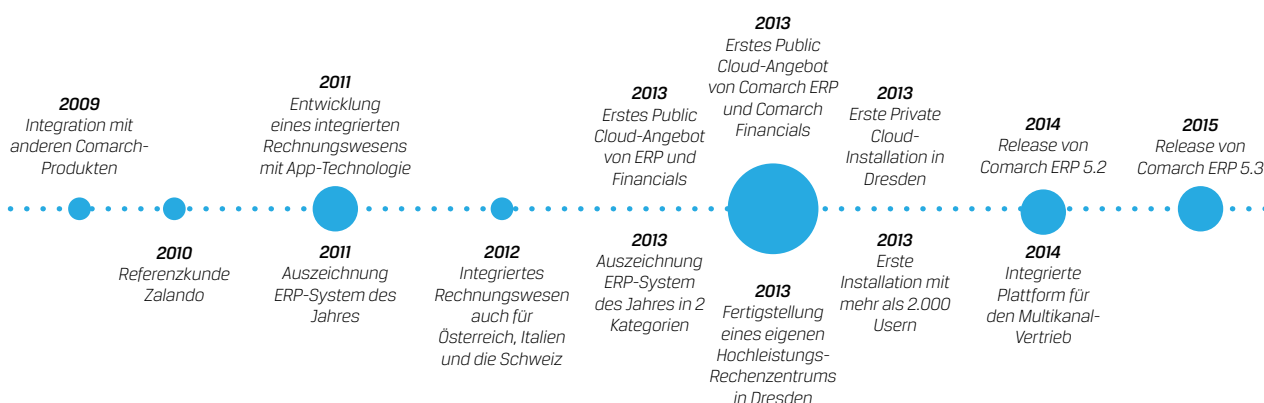
sandhandel“. Die Software ImPuls fashion XL von ImPuls, eine spezialisierte Lösung für die Fashion-Branche, die auf Comarch ERP basiert, wurde 2013 für ein Projekt mit Falke als ERP-System des Jahres in der Kategorie Textil ausgezeichnet.

Zufriedene Kunden in Trovarit-Studie

Darüber hinaus lag die Software in der 2011 von i2s durchgeführten ERP Zufriedenheitsstudie unter den Top 3 ERP-Systemen. Ergebnisse, die von der Kundenzufriedenheitsstudie der Trovarit AG bestätigt wurden.

In der Einzelwertung wurden bei der Trovarit-Studie 2014 ganz

vorne das Preis- / Leistungsverhältnis und die Anpassbarkeit und Flexibilität angeführt. Bei diesen Kriterien erzielt Comarch ERP eine überdurchschnittliche Kundenzufriedenheit, die sich nochmals gesteigert hat. Was die Implementierung angeht, so ist u.a. bei Projektsupport, Branchenkompetenz und Customizing eine nochmals gesteigerte Zufriedenheit festzustellen.



Webshops – Zu wenig Prozesse, zu wenig Kontrolle?

E-Shops sind die Verkaufsflächen der Online-Händler und stehen in einem enormen Wettbewerb untereinander, der durch den schnellen Technologiewandel noch verstärkt wird.

E-Shops steuern die zentralen Funktionen eines Onlinehandels. Hier wird Ware präsentiert und gesucht, Accounts und Bestellungen lassen sich verwalten, der Bezahlprozess wird ebenso abgewickelt wie Versand und Retour-Steuerung.

E-Shops sind sowohl als Eigenentwicklungen, als kommerzielle und als Open Source-Lösungen verfügbar. Viele Shop-systeme bieten Standard-Schnittstellen für Payment, Logistik usw. Dennoch lauern bei der Einführung von Webshops viele Fallstricke, Fettnäpfchen und Fallen. Mittlere und große Unternehmen haben die größten Probleme mit der technischen Installation und Anpassung (71%), der Anbindung an interne Systeme (49%) sowie mit Test und Fehlerbeseitigung (46%). Das Problem ist hier unflexible Unternehmenssoftware.

Kleine Unternehmen haben die größten Probleme mit der Bestückung des Shops (71%), der technischen Installation und Anpassung (66%) sowie mit Test und Fehlerbeseitigung (44%). Hier ist das Problem die fehlende Unternehmenssoftware.*

Deshalb ist die Zielsetzung auch bei größeren und bei kleinen Firmen eine andere.

Für große Firmen lautet das Ziel Flexibilisierung.

Das lässt sich über folgende Schritte erledigen:

- Übernahme der Artikelstammdaten aus dem Warenwirtschaftssystem
- Integration des E-Shops in die finanz-technischen Prozesse
- Verwaltung des Lagers, mit Kommissionierung und Retouren-Management (RMA/RGA)
- Steuerung / Anbindung des Logistik-Dienstleisters
- Anbindung des Payment-Dienstleisters
- Risk Management ...

Für kleine Firmen ist die Einführung von Prozessen das Ziel.

- Überführung der Artikelstammdaten in ein ERP-System, Anlage von Lieferanten usw.
- Trennung zwischen Artikelverwaltung und -visualisierung
- Einführung einer integrierten Finanzbuchhaltung
- Integration der Beschaffungsprozesse ...

Wer online verkauft, möchte schnell mit seinem Shop im Internet starten. Deshalb sind kurze Implementierungszeit, einfache Bedienung sowohl für Kunden als auch für den Shop-Betreiber selbst entscheidend.

Der Onlinehändler LXS-Bike hat bereits Erfahrungen mit dem E-Shop von Comarch gemacht. Comarch ERP Webshop ist ein Online-Vertriebs-Tool, das drei Vertriebskanäle zur Verfügung stellt: online, social und mobile.

**Die Zahlen wurden dem eCommerce Leitfadens 2011 entnommen.*

Comarch ERP Webshop bei LXS-Bike

LXS-BIKE.de
your bikes & bike parts shop

Im Interview mit Mittelstand Kompakt sprach Jan Friedrich, Gesellschafter und IT-Leiter bei LXS-Bike, über den Webshop www.lxs-bike.de.

Mittelstand Kompakt: Welche Vorteile hat man als reiner Onlinehändler?

Jan Friedrich: Online zu handeln, hat viele Vorteile: Wir benötigen keine Verkaufsflächen und ein wesentlich kleineres Lager, da wir Bestellungen quasi „live“ zusammenstellen können. Das schont unsere Ressourcen und spart Kosten. Für die Verbraucher wiederum ist es bequem, online zu shoppen. Ich sehe hier auf jeden Fall die Zukunft.

Mittelstand Kompakt: Onlinehändler müssen Logistikprozesse schultern. Wie gelingt das LXS-Bike?

Jan Friedrich: Wie gesagt, der Onlinehandel ermöglicht uns, Waren immer je nach Bedarf einzukaufen. Das spart Platz und Geld, muss jedoch koordiniert werden. Hier hilft uns Comarch ERP Webshop. Die Software steuert unsere gesamten Prozesse.

Mittelstand Kompakt: Wie steuern Sie den Multi-Channel-Vertrieb über E-Bay, Amazon & Co?

Jan Friedrich: Die Steuerung erfolgt über Comarch ERP Webshop. Damit können wir die drei Kanäle online, mobile und social bedienen. Wir verkaufen via Comarch ERP Webshop über die Vertriebskanäle Comarch E-Shop, eBay und Amazon. So können wir alle Produkte bequem über mehrere Kanäle vertreiben. Außerdem bedient Comarch ERP Webshop eine VeloConnect-Schnittstelle für den Wareneinkauf. Dabei ist der Shop komplett in das Comarch ERP System integriert, was uns eine zentrale Verwaltung unserer Bestände, aller Bestellungen und von Vertragspartnern ermöglicht.

Mittelstand Kompakt: Wie funktioniert das Zusammenspiel aus ERP und Webshop bei LXS-Bike?

Jan Friedrich: Besonders wichtig war für LXS-Bike die Integration zwischen Webshop und ERP bei Comarch ERP Webshop. So erfolgt eine ständige Synchronisation unserer Lagerbestände zwischen ERP und Webshop. Verkaufsaufträge werden sofort in das ERP-System synchronisiert, so dass auf die verkaufte Lagermenge zeitnah reagiert werden kann. Sämtliche Artikeldaten werden nur im ERP-System gepflegt und im Webshop synchron gehalten. Das hält die Prozesse in unserem Unternehmen schlank und effizient.



Das Video zum Business-Case finden Sie hier:



Das vollständige Interview mit LXS-Bike finden Sie in Mittelstand Kompakt.

www.comarch.de/mittelstandkompakt



Online Märkte erobern mit ERP Webshop



Mariusz Drzewiecki

Leiter Implementierung ERP
Comarch

mariusz.drzewiecki@comarch.com

Comarch ERP Webshop ist eine Onlineshop-Software, die in das Comarch-ERP-System integriert ist. Das ERP-System übermittelt Rabatte, Warengruppen, Preislisten, Produktbeschreibungen mit Bildern sowie aktuelle Lagerstandorte direkt an den Shop. Der Shop sendet unter anderem Bestellinformationen oder Kunden- und Rechnungsdaten direkt an das ERP-System, wo diese in automatisierten Prozessen für die Bestellabwicklung bereitstellen.

Schnell sein ist alles

Die Software passt sich den Bedürfnissen von Einsteigern ins Onlinegeschäft ebenso an wie jenen großer Handelsunternehmen. Eine Kombination von Funktionen und Tools ermöglicht einen schnellen Einstieg ins Onlinegeschäft – auch denjenigen, die keinerlei Erfahrung mit dem Betrieb eines Webshops haben. Die intuitive Benutzeroberfläche, die einfache Suche, sowie der optimierte Bestellprozess ermöglichen dem Kunden einen einfachen und angenehmen Einkauf in Ihrem Shop. Das Layout des Webshops lässt sich beliebig verwalten.

Zahlen, Daten, Fakten aus Analyse

Der Shop verfügt über integrierte Tools zur Generierung von Analysen relevanter Güter, Bestellungen oder Kunden. Das ermöglicht die Erstellung einer Reihe von Berichten, u. a. die am häufigsten angesehenen Produkte, die besten Kunden oder Bewertungen der bestellten Produkte. Diese fundierten Analysen ermöglichen effektivere Geschäftsentscheidungen,

deren Auswirkungen dank weiterer Analyseberichte beobachtet und bewertet werden können. Die Anwendung hat zudem das Tool Google Analytics integriert, mit welchem sich z.B. der Besucherverkehr auf der Website analysieren lässt.

Von B2B bis SEO

Suchmaschinenoptimierung (SEO) ist mit dem Shop einfach: benutzerfreundliche Links, benutzerfreundlich definierte Meta-Daten: Seitentitel, Schlüsselwörter, Beschreibungen der Seite und Grafiken, Generierung einer XML-Sitemap für Suchmaschinen u.v.m. Außerdem stehen umfangreiche Möglichkeiten einer Präsentation des Sortiments zur Verfügung – Unterstützung beim Cross-Selling, empfohlene Produkte, zahlreiche Rabatt-Optionen. Die eingebrachten Funktionalitäten unterstützen sowohl B2B als auch B2C. So lässt sich auch ein Netzwerk unabhängiger Webshops einrichten. Die Bedienung der mehrsprachigen Benutzeroberfläche sowie der Multi-Währungsfunktionalität erlaubt es, Verkäufe auch auf ausländische Märkte auszuweiten.

Go Mobile

Bei der mobilen Version handelt es sich um eine weitere Benutzeroberfläche, die eigens für mobile Endgeräte wie Smartphones oder Tablets entwickelt wurde. Kunden möchten heute auch von unterwegs online einkaufen. Solche Impuls Käufer sind bei bestimmten Sortimenten besonders wichtig – und der mobile Markt wächst rasant!

Gefällt mir: Verkaufen bei Facebook

Ein Shop auf Facebook hat die volle Funktionalität eines Online-Shops – für das ganze Sortiment.

Pay to play: Zahlungsmethoden

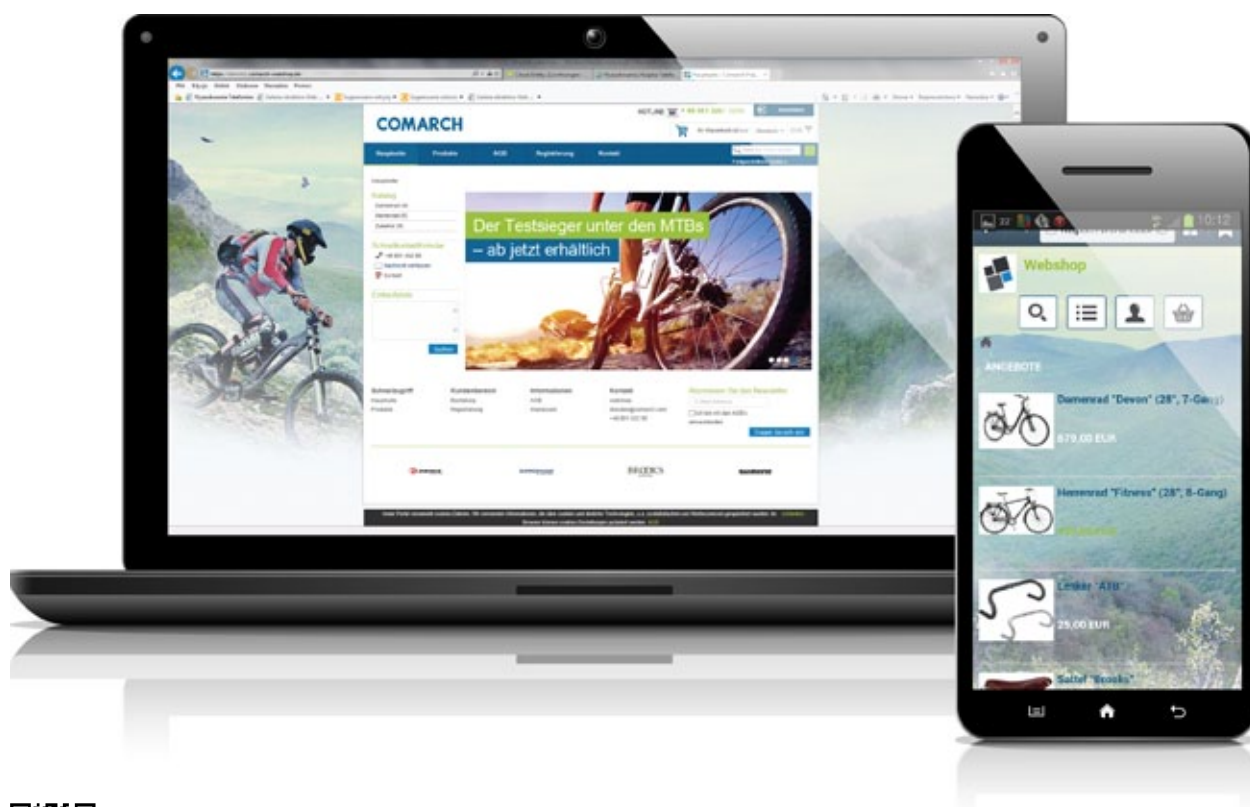
Online-Zahlungen stehen für Schnelligkeit und Komfort. Der Comarch ERP Webshop unterstützt alle gängigen Bezahlmethoden wie PayPal, Kreditkarte, Sofortüberweisung, Nachnahme, Kauf auf Rechnung, versicherter Rechnungskauf, etc. In Comarch ERP kann mit der integrierter Computop-Schnittstelle die Abrechnung mit Bezahlern weitestgehend automatisiert werden. Die Integration mit Comarch ERP ermöglicht auch, den Status der Bestellungen zu überprüfen, Frachtbriefe zu generieren, automatische Auftragsabwicklung sowie automatische Abrechnung und Verbuchung von Rechnungen.

Ein Produkt, das „lebt“

Die Software wird regelmäßig an die neuesten Markttrends und Anforderungen der Kunden angepasst. Der Shop arbeitet in der Comarch Cloud, er ist also allorts und von jedem Computer, sowie mobilen Endgeräten 24 Stunden am Tag erreichbar. Ein Kauf von unnötiger Hardware und Wartung dieser Hardware entfällt. Alle Informationen werden auf sicheren Servern des Comarch Data Centers in Deutschland gespeichert. Die Kommunikation des Comarch ERP Webshops läuft unter SSL-Verschlüsselung. Weitere Informationen zu Cloud und dem Data Center auf Seite 108.



Weitere Informationen über Comarch ERP Webshop unter www.comarch.de/it-loesungen/erp/webshop



Comarch ERP Webshop steht als Cloud-Modell als kostenfreier Demo-Download bereit:
www.comarch-cloud.de/product-ecommerce

Mobile ERP – Works on- & offline

Nur webbasierte ERP-Systeme haben in der heutigen Zeit eine Chance. Mit mobilen Lösungen hat man die Möglichkeit, online jederzeit dezentral auf sein ERP zuzugreifen. Eine Herausforderung dabei ist es, auch in Offline-Situationen eine mobile Unterstützung zu bieten. Lösungen für mobilen Vertrieb und mobile Dienstleister haben sich im Außendienst bewährt.



Experten im Gespräch – Mobile ERP und Sales Force Automation

Return on Investment

Welchen ROI bringt SFA?

In einer Umfrage unter SFA-Kunden hat Comarch den Einfluss ausgewählter Faktoren auf die Verkaufsentwicklung abgefragt.

Die erhöhte Kontrolle der Arbeit von Vertriebsmitarbeitern (76%), die Kontrolle und Verwaltung des gesamten Vertriebsnetzwerkes (70%) und die Erweiterung der Merchandising-Funktion (Wettbewerbsüberblick) sind hier die meistgenannten Faktoren, die eine positive Verkaufsentwicklung begünstigten.

Außerdem wurde der Einfluss ausgewählter Faktoren auf Kosteneinsparungen gemessen: Hier liegt die Optimierung der Tätigkeit von Vertriebsmitarbeitern an erster Stelle (75%), dahinter folgen gleichauf die Senkung der Kosten für Büromaterial, da keine Papierdokumente mehr anfallen sowie die Verbesserung der Logistikprozesse (jeweils 72%).



In einem internationalen Unternehmen ergibt sich der Austausch von selbst. Der deutsche Consultant Achim Maier hat seinen polnischen Kollegen und SFA-Experten Jakub Frankiewicz zu Sinn und Nutzen von Sales Force Automation befragt.

Hauptfunktionen von SFA

Welche Funktionen stehen für Nutzer der Tablet-App zur Verfügung?

Die Anwendung Comarch SFA unterstützt Außendienstmitarbeiter bei ihren täglichen Aufgaben. Abhängig vom Aufgabenbereich (Vertriebsmitarbeiter, Merchandiser, Consultant, Techniker usw.) und der Branche müssen sich mobile Mitarbeiter auf verschiedene Tätigkeiten konzentrieren: Zu ihren Hauptaufgabenbereichen gehören Einzelhandelsüberwachung und -steuerung, Beratung und Vertrieb. Dafür stellt unsere Anwendung ein breites Funktionsspektrum rund um Arbeitsplanung (Kalender, Routenplanung, Abwesenheiten, Besuchsvorbereitung), Verwaltung von Kundenkontakten (360°-Kundensicht, Kooperationshistorie, Aktualisierung von Kundendaten) und

die Ausführung von Kundenbesuchen (Aufgaben, Ziele, Bestellungen, Verwaltung von POS-Materialien) bereit. Zudem fungiert die App als Informationsstelle und macht sämtliche verkaufsfördernden Materialien der Geschäftsabteilungen (Marketingmaterial, Richtlinien usw.) über die Wissensdatenbankfunktion zugänglich.



Welche Tablet-Arten werden von der App unterstützt?

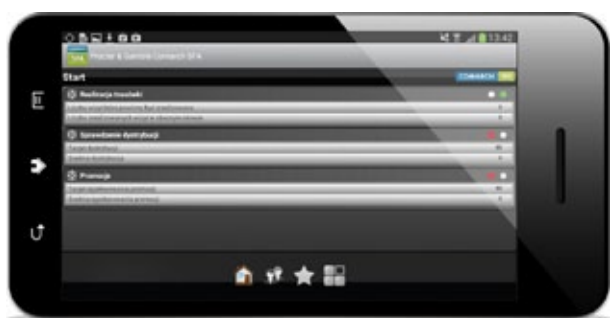
Comarch SFA kann mit sämtlichen iPads (iOS 7.0 und höher) und Android-Tablets (Version 4.0 und höher) verwendet werden. Die Anwendung läuft zudem auf iPhones und Smartphones mit Android.

Gibt es Unterschiede zwischen der iOS- und der Android-App?

Zwischen den beiden App-Versionen gibt es keine gravierenden funktionalen Unterschiede. Beide unterstützen umfassend die Planung, Ausführung und Bewertung von Außendienstaktivitäten. Was bei iOS sofort ins Auge sticht, ist die andere Nutzererfahrung durch die Apple-Benutzeroberfläche, eine bessere Navigation und zusätzliche Visualisierungen wie z.B. Kunden-Dashboards.

Wenn eine kundenspezifische SFA-App für iOS zur Verfügung steht, ist dies automatisch auch für Android der Fall und umgekehrt?

Comarch SFA Apps können nur von der Plattform aus genutzt werden, für die sie entwickelt wurden. Die Apps werden in nativen Programmiersprachen geschrieben, um einen reibungslosen Betrieb mit 100%-iger Geräteleistung zu gewährleisten.

**Wie groß ist der zusätzliche Arbeitsaufwand für die Anpassung der Anwendung an ein anderes Betriebssystem als das, wofür sie ursprünglich geplant wurde?**

Teilweise können wir bestehende Elemente wie die Datenbankstruktur oder Tabellen der Back-End-Anwendung nutzen. Die Inhalte für die mobilen Geräte müssen jedoch von Grund auf neu entwickelt werden.

Empfehlen Sie ein konkretes Tablet?

Aufgrund zahlreicher Einführungen auf unterschiedlichen Mobilgeräten haben wir einen guten Überblick über das Gesamtangebot. Wenn der Kunde es wünscht, übermitteln wir ihm die Ergebnisse unserer Geräteprüfungen oder führen weitere Tests durch.

Welche Vorgänge werden vom Web-Client ausgeführt?

Die Back-End-Anwendung von Comarch SFA erlaubt die Konfiguration von Systemparametern wie Synchronisierung, Reporting-Einheiten, Wörterbüchern, Nutzerkonten usw. Alle Geschäftsprozesse, die von Comarch SFA optimiert werden, werden im Back-End definiert. Ein Business-Administrator legt die unterschiedlichen Besuchsarten, Workflows, Aufgaben und Umfragen fest. Dort erfolgt auch der erste Datenimport und die spätere Datenverwaltung (Mitarbeiter, Organisationsregionen, Kunden, Produkte usw.). Abschließend stellt der Web-Client Auswertungsmöglichkeiten bereit, um einen tieferen Einblick in die von Außendienstmitarbeitern erhobenen Daten zu erhalten.

Wer arbeitet mit SFA? Welche Unternehmen profitieren am meisten von der mobilen App?

Der Einsatz von Außendienstmitarbeitern ist der Hauptgrund für SFA-Software. Unsere Kunden sind zumeist Produzenten, Großhändler oder Anbieter von Outsourcing-Dienstleistungen im Bereich SFA. Die meisten Projekte betreuen wir im Fast-moving consumer goods-Sektor. Wir liefern die Lösung aber auch an Unternehmen aus den Bereichen Bauwirtschaft, Inneneinrichtung und Pharmazie.



SFA und Comarch ERP – Welche Schnittstellen gibt es zwischen den beiden Lösungen?

Früher haben wir die Schnittstellen nur projektspezifisch entwickelt. Jetzt erkennen wir, dass ein Bedarf für eine Standardschnittstelle zwischen unseren Systemen SFA und Comarch ERP besteht. Also haben wir mit der Entwicklung einer solchen Standardschnittstelle begonnen. Diese neue Schnittstelle wird zuerst in einem Kundenprojekt genutzt, das im Januar 2015 in der Schweiz anlaufen wird. Die neue Standardschnittstelle wird in unseren Multi-Channel-Sales-Adapter integriert und 2015 veröffentlicht. Innerhalb dieses Multi-Channel-Sales-Adapters ist SFA dann ein Kanal wie Webshop, POS und später auch FSM (Field Service Management, siehe S.81).

Kunden sind zumeist Produzenten, Großhändler oder Anbieter von Outsourcing-Dienstleistungen im Bereich SFA.

Allgemeine projektbezogene Informationen

Wie werden die Projekte angestoßen? Melden sich die Kunden bei Comarch oder ist es umgekehrt?

Das ist sehr verschieden. Die Kunden kontaktieren uns meist direkt, sobald sie eine Ausschreibung für die Lieferung einer neuen Software starten. Weil wir bereits auf zahlreichen Märkten stark vertreten sind, werden wir zur Teilnahme an der Ausschreibung eingeladen. Andererseits baut Comarchs Vertriebsteam auch Beziehungen zu den Kunden auf und untersucht deren Bedürfnisse. Zahlreiche Verträge entstehen auch aus der langjährigen Zusammenarbeit mit Kunden, die über einen längeren Zeitraum verschiedene Softwarearten und Dienstleistungen erwerben.

Womit begann das Projekt für Procter & Gamble?

In diesem Fall folgten wir dem zweiten Muster, also über den Aufbau einer Beziehung zu dem zukünftigen Kunden, das Kennenlernen seiner Bedürfnisse sowie die Präsentation unseres Angebots und der neuesten Produktverbesserungen. Als das Projekt über die Implementierung einer mobilen Anwendung

gestartet wurde, kannte der Kunde unsere Entwicklungskapazitäten und Produktfunktionalitäten bereits. Zu diesem Zeitpunkt wurden wir eingeladen, an detaillierten Besprechungen zum möglichen Projektumfang teilzunehmen.

Wer leitet SFA-Projekte? Ist Comarch oder der Kunde federführend?

Es müssen Projektteams auf beiden Seiten eingebunden sein, um die Lösung erfolgreich zu implementieren. Die Verantwortungsbereiche und Einbindung der jeweiligen Teammitglieder werden in der ersten Projektphase festgelegt. Neben dem verantwortlichen Projektmanager auf Kundenseite sind zahlreiche weitere Mitarbeiter beteiligt, die teilweise an einzelnen Projektphasen mitarbeiten, wie bspw. bei der Definition von Geschäftsanforderungen oder der Überprüfung von Testversionen. Bei Comarch koordiniert ein Projektmanager die Arbeit eines Teams aus IT- und Qualitätssicherungsfachkräften.

Welche Projektmethoden werden in SFA-Projekten angewendet?

Das Projektmanagement greift auf das Comarch Managing Project Book zurück, das wiederum auf PMBOK von PMI basiert. Basierend auf den darin festgelegten Regelungen werden alle Projektphasen auf den unterschiedlichen Organisationsebenen überwacht: Projektteam, Business Unit, Sektor... Jede Ebene konzentriert sich dabei auf unterschiedliche Bereiche, um die Projektrisiken gering zu halten und die zeitlichen Vorgaben einzuhalten. Das interne Projektmanagement-Tool (PFP) unterstützt zudem die projektbezogene Statusverfolgung, Dokumentationsverwaltung, Aufgaben und Ressourcenzuweisung.



Funktionen im P&G-Projekt

Wie sieht der zeitliche Umfang für das P&G-Projekt aus?

Seit Januar 2014 verwenden Merchandiser in Polen, Ungarn und Kroatien Comarch SFA zur Vermarktung von P&G-Produkten. Die Einführung von SFA bei P&G dauerte fünf Monate und beinhaltete die Anforderungsanalyse, die Anpassung und Konfiguration der Anwendung, Lokalisierungen und Tests.



Über die mobile App planen Merchandiser ihre Kundenbesuche, führen sie durch und berichten über aktuelle Situationen. Besonderes Augenmerk wird dabei auf die Prüfung der internen Distribution und Merchandising-Standards gelegt. Die mobile App unterstützt zudem das Arbeiten mit Promotions. Merchandiser überwachen die Implementierung zentraler Werbeaktionen. Zeitgleich können sie entsprechend den ihnen zur Verfügung stehenden Budgets und markenbezogenen Vorgaben lokale Werbemaßnahmen starten. Wie effektiv die Arbeit der Merchandiser war und wie gut die Sichtbarkeit der jeweiligen Produkte im gesamten Ladengeschäft ist, wird über das Back-End-Reporting-Modul von Mitarbeitern in den Verkaufseinrichtungen ausgewertet.

Konfiguration oder Entwicklung

Wie viel kundenspezifische Anpassung ist für Comarch SFA-Projekte erforderlich?

Die Anwendung ist sofort einsatzbereit und bei den meisten Projekten erfolgt die Konfiguration vor der Einführung. Da es sich um ein ausgereiftes Produkt mit zahlreichen Einführungen handelt, ist es uns möglich, neue Projekte zu implementieren, für die dann nur kleinere Anpassungen nötig sind.

Wie erfolgt die Bearbeitung von Change Requests bei SFA-Projekten?

Wenn während des Projekts neue Bedürfnisse angemeldet werden, bittet der Kunde um die Schätzung von Entwicklungskosten und der dafür benötigten Zeit. Der verantwortliche Change Manager reicht den Change Request an die Entwicklerteams weiter, die anschließend die davon betroffenen Projektbestandteile analysieren (Ergänzungen und Streichungen bei Schnittstellen, Berichte, Quellcodes, Gestaltung und Hardwarekomponenten, bestehende Integration mit anderen Systemen). Anschließend wird die Kostenschätzung des Change Requests vom Kunden genehmigt. Dann beginnt die Entwicklungs- und Freigabephase. Eine neue Software-Version bedeutet technisch betrachtet für den Tablet-Nutzer einfach nur, einen weiteren Download auszuführen. Sobald der Nutzer die Anwendung startet und sich einloggt, sieht er die Nachricht, dass es eine neue Version gibt und kann den Download beginnen. Das ist schon alles.

SFA in der Cloud

Was umfasst das Cloud-Angebot für Comarch SFA?

Das Cloud-Angebot basiert auf der mobilen Android-App und einer Webanwendung zur Verwaltung. Die verfügbaren Funktionen unterstützen Außendienstmitarbeiter bei der Arbeitsplanung, Kundenverwaltung und Verkaufsentwicklung. Alle für Vertriebler relevanten Tätigkeiten, wie Kundenbesuche, Bestellungen, Abwesenheiten, Ausgaben, Aufgaben, Ziele usw., können über die mobile App ausgeführt und gemeldet werden. Der Nutzer erhält zudem eigene Ressourcen auf gemeinsamem genutztem Speicherplatz und die notwendige technische Unterstützung. Entscheidet sich der Kunde, die Lösung zu kaufen, muss er bereit sein, sie entsprechend seinen Anforderungen zu konfigurieren.

Gibt es eine Zielgruppe für dieses Angebot?

Unser Cloud-Angebot richtet sich an kleine und mittelständische Unternehmen, die überschaubare Vertriebsprozesse haben. Diese Kunden schätzen die Flexibilität und Attraktivität unseres Preisangebots und sind in der Lage, selbst die Einrichtung der Anwendung vorzunehmen.

Welche Kosten entstehen für SFA Cloud?

Die Lösung ist für 45 Euro pro Nutzer und Monat erhältlich. Die Mindestvertragslaufzeit beträgt ein Jahr.



Weitere Informationen über Comarch Sales Force Automation unter www.comarch.de/it-loesungen/sales-force-automation



Jakub Frankiewicz

Jakub Frankiewicz kann Erfahrungen aus zahlreichen in- und ausländischen Implementierungsprojekten vorweisen. Seit 2010 leitet er die Implementierung der Comarch SFA-Anwendung bei Diageo in Dänemark, der Schweiz, Deutschland, Österreich, Norwegen, Schweden und Russland. 2013 begleitete er die Geschäftsprozessanalyse im Projekt für Procter & Gamble in Ungarn, Kroatien und Polen.



Achim Maier

Consultant
Comarch
achim.maier@comarch.com

Achim Maier arbeitet seit mehr als 20 Jahren in der IT-Branche als Programmierer, Projektleiter, IT-Leiter und Consultant.

Mobile ERP stark im Feld? – Field Service Management

Field Service Management (FSM) ist eine Software zur Verwaltung mobiler Mitarbeiter im Außendienst. Damit lassen sich Arbeitszeitpläne erstellen und mobile Mitarbeiter umfassend koordinieren und managen.

Field Service Management automatisiert und optimiert komplexe Service-Prozesse. Dies wird durch eine Reduzierung des manuellen Aufwands zur Planung und Zuweisung von Arbeitszeiten, Personal und technischen Ressourcen entsprechend den Aufgaben ermöglicht. Gleichmaßen unterstützt es die Außendienstmitarbeiter bei der Erledigung ihrer Aufgaben vor Ort. Ein Smartphone oder auch Tablet dient dem Mitarbeiter als Informationsquelle für anstehende Aufgaben. Es unterstützt ihn im jeweiligen Tätigkeitsbereich und ermöglicht es, Daten in Echtzeit zu aktualisieren. Dadurch wird eine höhere Qualität der Kundenbetreuung erzielt.

Die Module von FSM

Planung

Diese Anwendung ermöglicht ein effizientes Management der

Aufgabenrealisierung. Arbeitspläne werden erstellt auf Basis einer Reihe von Parametern wie Anfahrt, Priorität der Aufgabe, Fristen, Fertigkeiten und Verfügbarkeiten von Ressourcen. Darüber hinaus lassen sich Meetings mit Kunden vereinbaren und die Arbeit vor Ort und in Echtzeit koordinieren.

„Das System erlaubt die Arbeit im Offline-Modus, wenn kein Internetzugang verfügbar ist.“

Mobilität

Mobile Mitarbeiter werden mit Hilfe eines Smartphones oder Tablets über die durchzuführenden Aufgaben informiert. Über ein mobiles Gerät hat der Mitarbeiter Zugang zu allen Daten, welche für die Ausübung seiner Arbeit von Bedeutung sind. Die Anwendung ist mit einer Kamera, Navigation und einem

QR-Code-Lesegerät ausgestattet und optimiert somit die außendienstlichen Tätigkeiten. Die Möglichkeit, Daten vor Ort zu ergänzen, garantiert ein Prozessmanagement in Echtzeit. Zudem erlaubt das System die Arbeit im Offline-Modus, wenn kein Internetzugang verfügbar ist.

Analyse und Kontrolle

Operative Dashboards ermöglichen dem Disponenten eine Darstellung der aktuellsten KPIs. Sie zeigen zudem Informationen zu Fortschritten oder Problemen bei der Arbeitsumsetzung sowie eine Reihe weiterer Berichte an.

„Im Außendienst kann FSM automatisch entscheiden: Wer ist wo und wann der richtige Mann.“

Ressourcen und Subunternehmer

Damit lassen sich nicht nur sowohl eigene als auch Mitarbeiter von Subunternehmen verwalten und ihre Verfügbarkeit,

ihre Fähigkeiten, Kompetenzen und Region darstellen. So trifft das System die Wahl, z. B. wer für welche Aufgabe am besten qualifiziert ist.

Ersatzteilmanagement

Die Integration mit bestehenden ERP-Systemen ermöglicht es, den Außendienst-Mitarbeitenden in Echtzeit und am richtigen Ort die richtigen Ressourcen (Arbeitsmaterial, Ersatzteile) zur Verfügung zu stellen. Dabei verwaltet das System die Materialbewegung zwischen Mitarbeitern und Hauptlagern.

FSM in den Branchen

Zum Einsatz kommt Field Service Management in Branchen wie Telekommunikation, Finance, Bau- und Immobiliendienstleistungen oder wenn es um die Wartung hoch spezialisierter Betriebsanlagen geht.



Weitere Informationen über Comarch Field Service Management unter www.comarch.de/it-loesungen/field-service-management



ECM – Umsatz durch Ordnung

Dokumentenmanagement gehört in Zeiten der Informationsflut zu den wichtigsten Ideen, um flexibler, schneller, aber auch akkurater mit Daten und Dokumenten zu arbeiten. Im Folgenden erfahren Sie alles über moderne Ansätze für Datenmanagement und ECM-Lösungen.



ECM-Potentiale nutzen – 6 Tipps

Der Einsatz eines ECM-Systems (Enterprise Content Management) zur Dokumenten- und Prozessverwaltung entwickelt sich immer mehr zum Standard. ECM-Systeme werden mittlerweile beinahe ebenso häufig eingesetzt wie ERP-Systeme. Zusammen mit dem Marktforschungsunternehmen IDC befragte Comarch die Führungskräfte von 150 mittelständischen und Großunternehmen (über 200 Beschäftigte) aus Deutschland, Frankreich und Polen zu ihren Erfahrungen mit der Implementierung von ECM-Systemen. Die Ergebnisse dieser Befragung spiegeln Erfahrungen und können so als unabhängige Entscheidungshilfe dienen.

1. Fokussieren Sie sich auf Prozesse!

Bisher wurden ECM-Systeme vorrangig zur Digitalisierung und Archivierung von Dokumenten genutzt. ECM-Komponenten zur Digitalisierung von Dokumenten befinden sich bei 79 Prozent der befragten Unternehmen im Einsatz, 57 Prozent nutzen ECM-Tools zur Archivierung von Dokumenten. Diese beiden Aspekte sind zwar sehr wichtig, verlieren in der Praxis aber immer mehr an Bedeutung. In den Fokus rücken zunehmend dokumentenbasierte Prozesse (49 Prozent), da diese im Gegensatz zur reinen elektronischen Archivierung eine deutliche Steigerung der Mitarbeitereffizienz bewirken und den ROI positiv beeinflussen. Diese beiden Vorteile waren bei 53 Prozent der Unternehmen für die Einführung einer ECM-Lösung ausschlaggebend.

2. Zentralisieren Sie Ihre Lösung!

Bei der Frage nach den Gründen für die Einführung eines ECM-Systems wird an erster Stelle das Bedürfnis nach einer zentralen Lösung genannt (69 Prozent). Die Systemkonsolidierung gewährleistet in der Regel eine bessere Verfügbarkeit von Daten, höhere Sicherheit und niedrigere Wartungskosten.

3. Vergrößern Sie Ihren Geschäftsradius!

61 Prozent der Unternehmen haben sich entschlossen, die

Lösung in mehreren Geschäftsbereichen einzusetzen bzw. haben die umgesetzte Implementierung zu einem späteren Zeitpunkt erweitert. Aus einem größer angelegten Einsatzgebiet resultierte in den meisten Fällen eine höhere Rendite (ROI).

4. Integrieren Sie mit bestehenden Systemen!

Die Integration eines ECM-Systems mit anderen im Unternehmen eingesetzten Kernsystemen (ERP, CRM, HRM) trägt zu niedrigeren Lizenzkosten bei, was von 62 Prozent der Befragten bestätigt wurde. Ein weiterer Vorteil ist die Optimierung von Prozessen rund um die Erfassung und Aufbereitung von Daten für die Weiterverarbeitung in anderen IT-Systemen eines Unternehmens, wodurch unnötige Arbeitsschritte entfallen. Daten, die bei der Bearbeitung von Dokumenten entstehen, werden direkt in andere Systeme übernommen, ohne dass sie manuell übertragen werden müssen. Zugang zu Geschäftswörterbüchern innerhalb dieser Systeme gewährleistet zudem eine höhere Datenqualität und -kohärenz.

5. Überzeugen Sie die Systembenutzer!

Die eindeutig größte Hürde für Implementierungsprojekte, die zweimal häufiger genannt wird als andere Faktoren, ist die Hemmschwelle der Systembenutzer und Unternehmen (52 Prozent) gegenüber der Neueinführung eines Systems. Durch



klare Ansagen der Führungskräfte, die Einbeziehung von Vertretern wichtiger Unternehmensbereiche in das Implementierungsprojekt sowie die Umsetzung von Pilotprojekten, lassen sich derartige Hemmschwellen abbauen.

6. Suchen Sie sich einen kompetenten IT-Anbieter!

Für die erfolgreiche Projektumsetzung ist ein kompetenter und erfahrener IT-Anbieter von großer Bedeutung. Der IT-Anbieter berät u.a. bei der Auswahl geeigneter Systemkomponenten und bei der Modellierung von Geschäftsprozessen, erarbeitet Integrationsvorschläge, organisiert Systemschulungen für die Benutzer, bietet Unterstützung während der Stabilisierungsphase und trägt die Verantwortung für die Systemwartung und die weitere Systementwicklung. Aus diesem Grund spielen die Erfahrung und Stabilität des IT-Anbieters sowie die Möglich-

keit einer langfristigen Zusammenarbeit bei der Entscheidung eine übergeordnete Rolle.

In aller Kürze

Die Ergebnisse aus der IDC-Befragung belegen eindeutig, dass sich die Einführung eines ECM-Systems bei der großen Mehrheit der Unternehmen (74 Prozent) positiv auf den ROI ausgewirkt hat. Die Erfahrungen der befragten Unternehmen und die Schlussfolgerungen, die sich daraus ableiten lassen, können bei zukünftigen Entscheidungen zum Thema ECM als Grundlage dienen. Eins fällt dabei besonders auf: ECM wird immer mehr zu einem rentablen Standardtool, das die Wettbewerbsfähigkeit eines Unternehmens stärkt und nicht nur Dokumente verwaltet, sondern unternehmenswichtige Prozesse steuert.



Stefan Hanusch
Business Development Manager
Comarch
stefan.hanusch@comarch.com

Stefan Hanusch hat Marketing & Dienstleistungsmanagement studiert und setzt diese Fähigkeiten als Business Development Manager für Comarchs Kunden in den Schwerpunkten Enterprise Content Management / Electronic Data Interchange ein. Er verfügt über langjährige Branchenkenntnisse in den Bereichen Handel, Fertigung sowie Dienstleistungen.

Comarch ECM – Ordnung schafft Umsatz

Die Integration eines modernen plattformunabhängigen Dokumentenmanagementsystems zur Verwaltung von elektronischen Daten bietet zahlreiche Vorteile:

- Nahtlose Verbindung der verschiedenen Geschäftsapplikationen ohne Medienbrüche
- Benutzerfreundliches und schnelles Arbeiten sowie schneller Zugriff auf gespeicherte und archivierte Dokumente
- Verbesserung des Informationsflusses zwischen Mitarbeitern, Abteilungen und Standorten
- Einfache Nachvollziehbarkeit des Verlaufs von Arbeitsvorgängen und damit Aufdecken von Optimierungspotenzialen

- Erhöhung der Transparenz sowie Verbesserung der Qualität der Geschäftsprozesse: Aufstellung und Einhaltung von Regeln für das Dokumentenmanagement.
- Reduzierung der Bearbeitungszeiten von Dokumenten bei gleichzeitiger Erhöhung der Qualität
- Vermeidung zeitintensiver Recherchen nach Dokumenten oder dem Status eines Vorgangs
- Gesteigerte Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens durch optimierte Geschäftsprozesse

Damit ein ECM-System optimal zum Erfolg Ihres Unternehmens beitragen kann, sollte es in möglichst vielen Fachbereichen eingesetzt werden. Vor allem natürlich in jenen, in denen

Return on Investment

Welchen ROI bringt ECM?



„Wir wollten nicht weiter nur auf die Digitalisierung und reine Archivierung von

bearbeiteten Vorgängen setzen, sondern die Vorzüge digital basierter Workflows für unser Alltagsgeschäft in einem hart umkämpften Markt nutzen.“ – Carsten Stock, kaufmännischer Leiter B&K



Mit Comarch EDI und Comarch ECM kann die SSP – The Food

Travel Experts wesentlich schneller und kosteneffizienter mit den Geschäftspartnern auf elektronischem Wege kommunizieren und ihr Lieferantenmanagement optimieren.



Durch Comarch ECM kann der Zeitaufwand bei der Steinbacher

Dämmstoff GmbH stark verkürzt werden. Nahm die Recherche in den Akten und die Handhabung der papiergebundenen Do-

kumente früher viel Zeit in Anspruch, so sind Routinearbeiten heute binnen Minuten erledigt.



„Das Thema Archivierung ist aufgrund von steuerrechtlichen, als auch entsprechen-

der Gesetzesauflagen für den Pharma-Bereich mit besonderer Aufmerksamkeit anzugehen.“ – Anne Reinhardt, verantwortlich für die kommerziellen IT-Systeme bei der HERMES Arzneimittel GmbH



Die RUNGIS express AG, einer der führenden Anbieter von Spitzenprodukten für die Gastronomie, unterstützt ihre Prozesse jetzt mit

dem Archiv- und Dokumentenmanagementsystem Comarch ECM der Comarch Swiss AG. Damit kann das Unternehmen wesentlich rascher recherchieren, wenn Kunden Fragen zu bestimmten Lieferungen haben.



Was ist Enterprise Content Management?

Der Kerngedanke von ECM ist es, organisatorische Prozesse im Unternehmen zu unterstützen und die Arbeit mit Dokumenten zu erleichtern. Ein Enterprise-Content-Management-System umfasst die Funktionen eines Dokumentenmanagementsystems zur elektronischen Archivierung und erweitert diese um Technologien wie Business Process Management, Collaboration und Workflow-Management.

besonders viele Dokumente anfallen, wie Einkauf & Logistik, Buchhaltung, Personal und Projektmanagement. Die Implementierungen von Comarch ECM bauen alle auf der langjährigen Erfahrung aus über 1.000 erfolgreich umgesetzten ECM-Projekten auf. Deshalb ist die Software ausgereift und auf die jeweiligen Bedürfnisse von Anwendern verschiedenster Fachbereiche zugeschnitten:

- Digitale Aktenverwaltung – Elektronische Archivierung und Management von Arbeitsprozessen
- Revisionssichere Archivierung – Gesetzeskonforme Ablage von Dokumenten
- Workflow-Management – Definition und Überwachung von Workflows
- E-Mail-Management – Serverbasierte E-Mail-Archivierung
- MS-Integration – Dokumentenmanagementsysteme für Microsoft
- SharePoint-Integration – Nutzung von SharePoint als Client für Comarch ECM



„Der Anbieter von ECM-Lösungen muss genauso flexibel sein wie seine Kunden“

Dr. Ulrich Kampffmeyer, der „ECM-Papst“

Emails in Prozessen



„Wichtige Information wird persönlich verwahrt und steht nicht dem Geschäftsprozess zur Verfügung und gefährdet damit das wirtschaftliche Ziel des Prozesses.“

Dr. Wolfgang Hackenberg über E-Mails in Geschäftsprozessen



Jan Reichelt
Consultant / Project Manager ECM & EDI
Comarch
jan.reichelt@comarch.com

Jan Reichelt hat Wirtschaftsinformatik studiert und verfügt über Erfahrungen in den Bereichen Anforderungsmanagement, Konzeption, Prozessdesign sowie Erfahrungen aus Migrationsprojekten. Bei Comarch ist er seit mehreren Jahren in der DACH-Region als Consultant und Projektmanager für die Bereiche EDI und ECM tätig. Jan Reichelt ist in diesem Zusammenhang verantwortlich für die Analyse, Konzeption, Beratung und Überwachung der Realisierung anspruchsvoller Lösungen und Projekte für Kunden verschiedenster Branchen. Sein Fokus liegt dabei auf der Anwendung einfacher, durch effiziente IT unterstützte Prozesse.

ECM bei Hilcona



Hilcona, Hersteller qualitativ hochwertiger Convenience-Produkte, hat sich für Comarch ECM entschieden, um seine Prozesse durch Workflow- und Prozess-Management zu vereinfachen und zu beschleunigen.

In der Schweiz, Deutschland, Österreich und Liechtenstein ist Hilcona, ein Unternehmen mit Hauptsitz in Liechtenstein, führender Anbieter für Frisch-Produkte. Comarch hat mit einem international aufgestellten Team und Spezialisten aus Deutschland, der Schweiz und Polen ein leistungsfähiges, Windows-basiertes ECM-System implementiert, das mit zahlreichen neuen Features Benutzerfreundlichkeit bietet.

Um die Arbeit von Hilcona zu vereinfachen, wurde ein großer Workflow nach den Anforderungen von Hilcona entwickelt – inklusive transparentem Eingangsrechnungsworkflow und automatischer Indexierung. Zudem umfasst das Projekt die Migration von rund 15 Millionen Dokumenten aus dem vorherigen Hilcona-Archiv.

Seit dem Live-Start arbeiten täglich rund 100 Mitarbeiter von Hilcona mit dem Comarch-ECM-Archiv. Pro Monat archiviert Hilcona zwischen 1,2 und 1,7 Millionen Dokumenten. Im letzten halben Jahr umfasste die Menge an archivierten Dokumenten nahezu 9 Millionen neue Dokumente, die migrierten Dokumente nicht eingerechnet.

Die Herausforderung während des Projektes bestand darin, allen Anforderungen von verschiedenen Nutzergruppen gerecht zu werden und die Balance zu finden zwischen technisch möglichen und essentiellen Funktionen, welche die Prozesse von Hilcona beschleunigen.



Alexander Karow
Projektmanager ECM & EDI DACH-Region
alexander.karow@comarch.com

Alexander Karow ist seit mehreren Jahren als Projektmanager tätig und für die Einführung elektronischer Archiv- und Übertragungssysteme (ECM & EDI), sowie die Integration digitaler Unternehmensprozesse (Workflows) zuständig. Mit seinem branchenübergreifenden Projektwissen steht er dem Kunden während und über Projekte hinaus auch als Berater zur Verfügung.



Bei Events wie dem ECM-Fachkongress diskutieren Experten und Anwender aktuelle Themen.

Weitere Informationen über Comarch ECM unter www.comarch.de/ecm



EDI – 1,2,3, 3,2,1 meins

Aufträge, Preislisten, Rechnungen – wenn der Zugang zu diesen Dokumenten erschwert ist und Verzögerungen bei ihrer Weiterleitung auftreten, laufen Unternehmen Gefahr, dass bisher reibungslose Kommunikationsabläufe gestört werden und dadurch die Zusammenarbeit mit Geschäftspartnern deutlich erschwert wird. Um einen elektronischen Datenaustausch innerhalb der gesamten Logistikkette sicherzustellen, entscheiden sich zahlreiche Unternehmen daher für die Einführung von EDI-Lösungen.



Welchen ROI bringt EDI?



„EDI ist benutzerfreundlich, verbessert die Sicherheit und spart 90 Prozent der Zeit für die Dokumentenbearbeitung ein. Durch diese Einsparung von Zeit und die Vermeidung von Fehlern wird die Arbeit wesentlich effizienter und angenehmer. Basierend auf unseren guten Erfahrungen mit EDI planen wir in naher Zukunft die Implementierung neuer EDI-Nachrichten.“

Vladimir Gyuzelev, IT-Manager bei Osram Bulgarien



EDI-Lösungen setzen bei der Synchronisierung von Stammdaten an und begleiten das Unternehmen von der Produktbestellung über die Lieferung bis hin zur Auftragsausführung und Rechnungslegung.

Der Käufer initiiert eine Handelstransaktion, indem er beim Lieferanten eine Bestellung aufgibt (durch Export von Daten aus einem IT-System bzw. über eine Webanwendung). Der Spediteur ist dafür zuständig, die gewünschte Menge an Ladeeinheiten (z.B. Paletten) an den vereinbarten Bestimmungsort zu liefern. EDI-Lösungen (z.B. Comarch EDI) begleiten diese Prozesse und sorgen u.a. für die Datenvalidierung und die notwendige Formatumwandlung (z.B. von XML zu EDIFACT). Des Weiteren unterstützen sie gängige Kommunikationsprotokolle (AS2, SFTP, Webservice, OFTP) und gewährleisten eine sichere Übertragung der ausgewählten Dokumente. Die EDI-Technologie war bis vor Kurzem der B2B-Kommunikation mit großen Geschäftspartnern (z.B. Handelsketten) vorbehalten. In letzter Zeit aber setzen immer mehr Unternehmen EDI für die Kommunikation mit kleineren Kunden ein und ersetzen traditionelle Kommunikationswege wie E-Mail oder Fax durch elektronische Standards. Ein Beispiel dafür ist die Kommunikation zwischen Herstellern und Distributoren. Gibt es da überhaupt noch Steigerungsmöglichkeiten? Kann man bei der Einführung einer EDI-Lösung noch einen Schritt weitergehen? Lassen sich die in den IT-Lösungen schlummernden Potentiale noch besser ausschöpfen?

Die Antwort auf diese Fragen lautet: Selbstverständlich! Die EDI-Technologie eignet sich bspw. hervorragend für den Ein-

satz im Bereich der Kundenbetreuung. Sie kann die Bestellaufgabe, die Abwicklung von Reklamationen und das Abschließen neuer bzw. die Verlängerung bestehender Verträge unterstützen. Da ein guter Kundenservice die Kundenzufriedenheit fördert, setzt Comarch auf eine nahtlose Integration der Anwendungen Comarch EDI e-Market und Comarch Contact Center.

Was lässt sich dadurch erreichen? Das sich aus den beiden Comarch-Lösungen ergebende IT-Tool dient der Unterstützung des Vertriebs im B2B- und B2C-Modell sowie des After-Sales-Bereichs. Synergien aus diesen beiden anscheinend separat laufenden IT-Systemen ermöglichen eine deutlich effizientere Kundenbetreuung und zugleich eine bessere Ausnutzung vorhandener Ressourcen.

Durch die Verbindung der beiden Systeme stellt Comarch eine E-Commerce-Plattform zur Verbesserung von Vertriebs- und Marketingprozessen und Prozessen im After-Sales-Bereich sowie zur erfolgreichen Markenführung bereit. Bei der Aufgabe einer Bestellung entscheidet der Kunde über den bevorzugten Kommunikationskanal und wählt zwischen Telefon, E-Mail, Fax oder Chat aus. Die Aufgabe des Verkäufers besteht darin, sich an die Bedürfnisse und Präferenzen des Kunden anzupassen. Dank der Integration von Comarch EDI e-Market und Comarch Contact Center erhält der Vertrieb die Möglichkeit, alle Kommunikationskanäle zu überwachen und alle Aktivitäten innerhalb dieser Kommunikationskanäle entsprechend zu erfassen. Was bedeutet das? Eine per Telefon aufgegebenen Bestellung wird als Sprachnachricht im Archiv gespeichert und kann bei

Bedarf zu einem späteren Zeitpunkt erneut abgehört werden. Um sicherzustellen, dass der Kunde tatsächlich zur Bestellaufgabe berechtigt ist, lässt sich innerhalb der Anwendung eine PIN-Code-Eingabe freischalten, um eventuelle Konfliktsituationen zu vermeiden. Die Ankündigung der Gesprächsaufzeichnung selbst hat einen positiven Einfluss auf die Gesprächsführung. Die Plattform liefert auch Unterstützung bei der Vorbereitung und Durchführung von Marketingaktivitäten wie bspw. vertriebsfördernden Aktionen oder Maßnahmen zur Steigerung der Kundenbindung. Bei der auf Unternehmenswünsche zugeschnittenen Lösung werden zudem die beim jeweiligen Verkäufer vorhandene technische Infrastruktur, die Notwendigkeit einer Integration mit externen Systemen sowie erforderliche Systemfunktionen berücksichtigt.

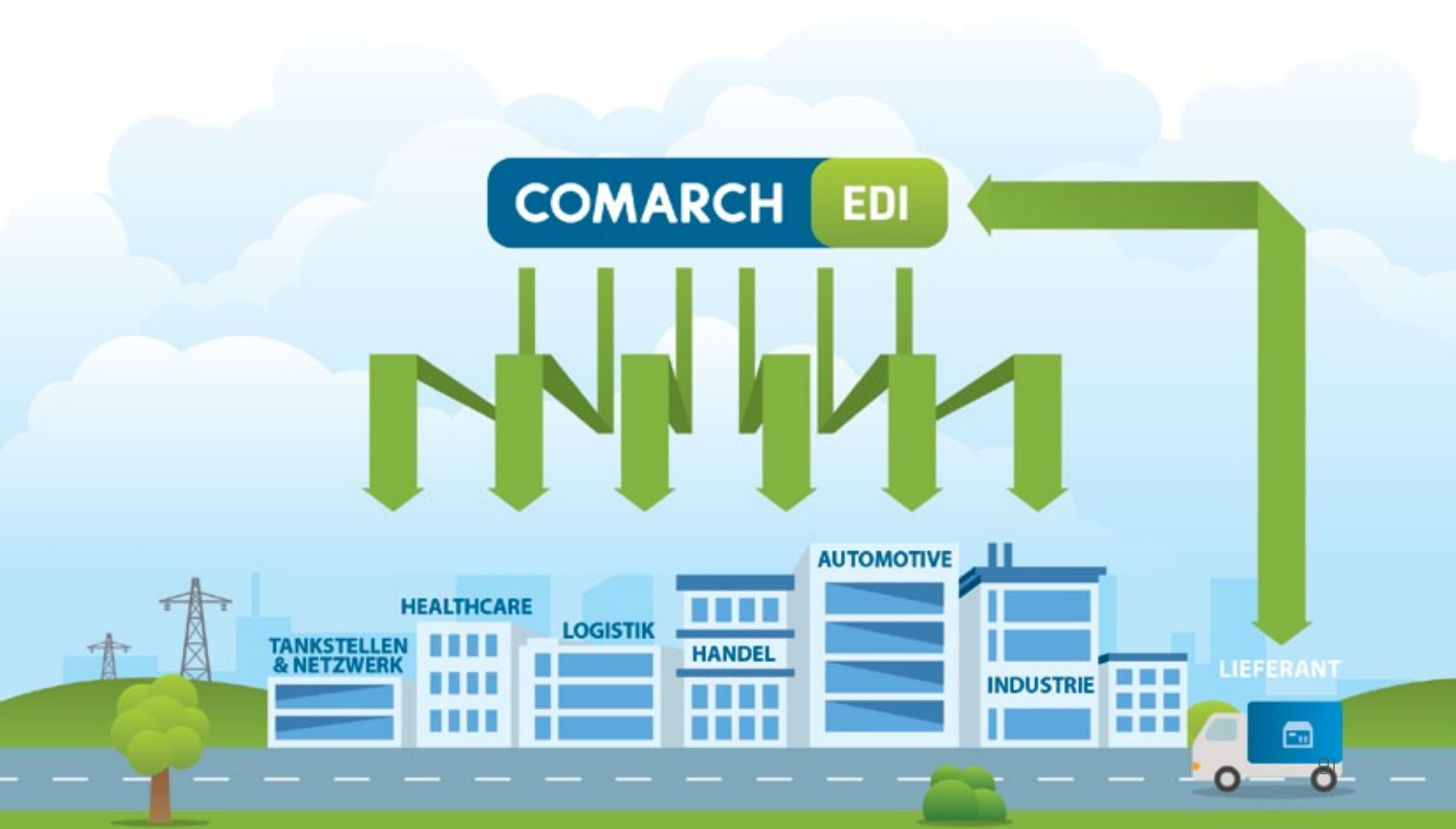
Die in der Cloud verfügbare Lösung Comarch EDI e-Market ermöglicht eine vollständige Anpassung der Benutzeroberfläche an individuelle Unternehmensbedürfnisse sowie die Erstellung eines dedizierten Produktverzeichnisses. Außerdem ermöglicht die Lösung eine einfache Kundenverwaltung sowie eine schnelle Bearbeitung von Kundenbestellungen. Zudem wird die Lösung für die Ausstellung von E-Rechnungen und die Erbringung von After-Sales-Dienstleistungen verwendet. Die umfassende Lösung stellt zusätzlich folgende Funktionen bereit: Definition von Sonderaktionen, Definition von Mindestbe-

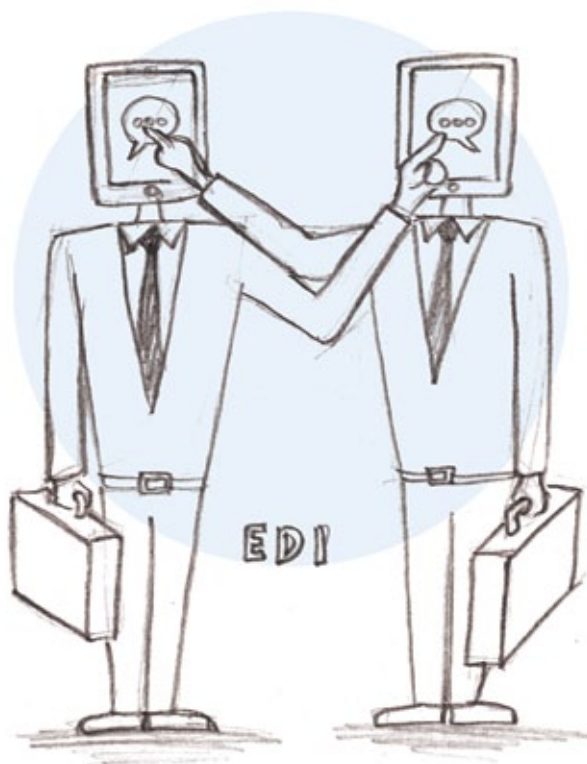
stellmengen, Definition von Rabatten (z.B. bei Selbstabholung, Vorkasse) und Weiterleitung von marketing- und vertriebsrelevanten Informationen (z.B. neues Produkt, Sonderaktion). Mit der mobilen Version lassen sich zudem die Bestellprozesse beschleunigen. Nachdem die Produktcodes eingescannt und die Mengen vom Benutzer definiert wurden, wird die Bestellung in eine EDI-Datei umgewandelt und an den Verkäufer weitergeleitet. Diese Funktion erweist sich vor allem bei kleineren Geschäftspartnern wie Restaurants oder Tankstellen als besonders hilfreich, da diese oftmals nicht über spezielle IT-Systeme verfügen.

Comarch EDI e-Market eröffnet zusammen mit dem Modul Comarch Contact Center eine breite Palette an zusätzlichen Möglichkeiten für den Vertrieb:

Zugang zu kundenbezogenen Informationen an einer Systemstelle

Alle Kundenkontakte und -daten werden an einer Systemstelle gespeichert und für berechtigte Mitarbeiter innerhalb eines Unternehmens freigegeben. Auf diese Art und Weise verfügen die Mitarbeiter über sofortigen Zugang zu umfangreichen Informationen über bestehende Kunden sowie Interessenten und erhalten eine detaillierte Einsicht in abgewickelte Transaktionen und die Kontakthistorie unabhängig davon, welcher





Kommunikationskanal verwendet wurde. Comarch Contact Center ermöglicht das Sammeln und Bearbeiten von detaillierten kundenbezogenen Informationen und verbessert zugleich die Qualität der Kundenbetreuung.

2. Integration unterschiedlicher Kommunikationsarten

Unabhängig davon, ob der Kundenkontakt per E-Mail, Telefon oder Online-Bestellformular des Comarch EDI e-Market erfolgt ist, verfügt der Vertrieb über Zugang zur gesamten kundenbezogenen Kontakthistorie und erhält einen schnellen Einblick in alle kundenbezogenen Aktivitäten und Maßnahmen. Die gesamte Kommunikation wird registriert, so dass alle Gesprächsinhalte, alle ein- und ausgehenden E-Mail-Nachrichten und Faxe im System verfügbar sind.

3. Einfache Erweiterung und Integration

Der modulare Aufbau des Systems ist Voraussetzung für eine einfache Erweiterung und die Integration weiterer Systeme, wenn wachsende Geschäftsanforderungen dies erforderlich machen. In einer weiteren Entwicklungsphase kann das System mit einem CRM-Modul, einem ERP-System oder einem

anderen System zur Vertriebsunterstützung integriert werden. Zudem lässt sich das leicht skalierbare System problemlos an den Umfang und die Bandbreite der Geschäftstätigkeit eines Unternehmens anpassen. Es wächst mit dessen Bedürfnissen.

Comarchs Lösung dient der reibungslosen Ausführung unterschiedlicher Prozesse, sowohl im Bereich Verkaufsförderung (aktiver Kundenkontakt, Behebung eines vom Benutzer gemeldeten Problems, Zahlungserinnerungen) als auch im Bereich Kundenbetreuung (Aufnahme neuer Produkte, Hinzufügen eines neuen Benutzernamens für Kunden, Erstellung von Berichten usw.). Die Einführung des Systems an sich wird sicherlich das Unternehmensimage nicht sofort verbessern können. Das System ist lediglich einer von vielen Bestandteilen, die bei den Kommunikationsprozessen eines Unternehmens zusammenspielen. Die Einführung der IT-Lösung von Comarch schafft aber mit Sicherheit eine solide Basis für eine kompetente und professionelle Kundenbetreuung.



Weitere Informationen über Comarch EDI unter
www.comarch.de/it-loesungen/edi



Tobias Naumann
 Abteilungsleiter Implementation ECM & EDI
 Comarch
 tobias.naumann@comarch.com

Tobias Naumann setzt gemeinsam mit seinem Team Projekte mit den Produkten Comarch Enterprise Content Management / Electronic Data Interchange um. Er verfügt über interdisziplinäre Branchenkenntnisse in den Bereichen Handel, Fertigung und Automobil sowie Dienstleistung.

Meinungen und Stimmen



„Leroy Merlin empfiehlt Comarch als Lieferant von Lösungen zur Verbesserung der Kommunikation in Lieferkettenprozessen. Die angebotene Lösung Comarch EDI erfüllte unsere Erwartungen und ermöglichte uns, die angestrebte Verbesserung der Logistikprozesse zu erreichen. Von Anfang an verlief die Zusammenarbeit mit den Comarch-Mitarbeitern sehr gut. Durch ihre Professionalität konnten die Lösungen von Comarch EDI an unsere individuellen funktionalen, geschäftlichen und technischen Bedürfnisse angepasst werden.“

Katarzyna Kowalska, Leiterin Logistik
Leroy Merlin



„Wir sind mit der Lösung zufrieden, da diese reibungslos funktioniert und Probleme schnell und unkompliziert gelöst werden.“

Fr. Breitkopf, IT-Administratorin
N.L. Chrestensen



„Die Lösungen EDI und ECM aus einer Hand, die Möglichkeiten zur individuellen Gestaltung und Anpassung sowie die Integrationsfähigkeit in die SSP-IT-Infrastruktur waren ein ausschlaggebender Faktor für die Wahl von Comarch als Dienstleister in diesem Bereich. Mit Comarch EDI und ECM haben wir eine Lösung gefunden, die individuell auf die Bedürfnisse von SSP zugeschnitten ist.“

Andreas Kühne, Divisional IT-Manager
SSP Group



„Die Zusammenarbeit von Comarch und BIC verläuft hervorragend, sowohl während der Implementierungsphase als auch jetzt, wo wir uns in der Produktions- und Stabilisierungsphase befinden, [...] Heute zählt Comarch durch die erfolgreiche Umsetzung unseres EDI-Projektes zu unseren bevorzugten IT-Dienstleistern, mit dem wir zukünftig gern erneut zusammenarbeiten würden.“

Laurent Gicquel, CFO Europe & IT Director
BIC

Business Intelligence – Entscheidungen auf den ersten Blick

Als neuer Geschäftsführer wundert sich Herbert Maier seit Monaten über die Zurückhaltung am Markt für seine Produkte. Auch hohe Gesamtkosten drücken auf die Bilanz. Dabei hatte Herr Maier gerade neues Vertriebspersonal eingestellt und auf bessere Verkaufszahlen gehofft. In den Büchern finden sich diese jedoch bis heute nicht. Was läuft da falsch?



Welchen ROI bringt BI?



Daten, die von der Comarch-Business-Intelligence-Plattform bereitgestellt werden, ermöglichen BP eine viel effizientere Planung und Verwaltung als dies bisher möglich war.



„Die Business Intelligence Plattform ermöglicht uns sehr zeitnah, Kennzahlen für beliebige Unternehmensbereiche und Zeitspannen abzurufen. In der Praxis lässt sich damit beispielsweise feststellen, welche Artikel sich besonders gut verkaufen, was dann wiederum in der Produktion berücksichtigt werden kann. Langfristig versorgt uns das BI-System mit wesentlichen Informationen für die Gesamtstrategie unseres Unternehmens.“

Bruno Nagy, IT-Leiter Flumroc



In Zeiten von Business-Intelligence-Lösungen sind Entscheidungsfindungen, welche sich nur aufs Bauchgefühl und auf Glück verlassen, ein sehr gewagtes Unterfangen. Entscheidungsträger, die heutzutage ihre Geschäftsvorfälle professionell durchleuchten und analysieren wollen, benötigen Business-Intelligence-Lösungen in ihrem Unternehmen. Diese geben in allen Situationen in Echtzeit Auskunft über den Stand der zur untersuchenden Indikatoren.

Mit Business-Intelligence-Lösungen, welche branchenunabhängig beim Kunden einsetzbar sind, wird gewährleistet, dass die gesammelten Daten im Unternehmen schnell und einfach zur Analyse und Prognosezwecken dem Betrachter und Entscheider zur Verfügung stehen. Eine effektive Planung der Geschäftsprozesse und Kennziffern ist dadurch realisierbar, da an den richtigen Parametern Veränderungen vorgenommen werden können. Hierdurch können interne Schwachstellen vermieden und Gegenmaßnahmen überlegt sowie die internen Stärken ausgebaut werden.

Mehr Dimensionen als das menschliche Gehirn versteht

Das menschliche Gehirn kann höchstens drei Dimensionen verarbeiten (Breite, Höhe, Tiefe). Kommt eine weitere Dimension in unserer Betrachtung hinzu, zum Beispiel eine Zeitdimension, so können wir dieses Konstrukt nicht mehr verarbeiten. BI-Tools haben mit mehreren Dimensionen keine Darstellungs- und Analyseprobleme. Der Einsatz von modernsten Analyse

Business-Tools bringt uns auf den richtigen Weg und bietet den Wettbewerbsvorsprung, in schwierigen Situationen, die richtigen Entscheidungen zu treffen.

Aber wie erreicht man einen BI-Wettbewerbsvorteil?

Um Daten im Unternehmen auswertbar machen zu können, müssen im ersten Schritt Daten erhoben und ins System eingegeben werden. Je mehr Daten erhoben werden, desto mehr Analysemöglichkeiten lassen sich später realisieren, die dem Entscheidungsträger eine solide Grundlage für seine Entscheidungen bieten. Möglicherweise stehen diese Daten bereits in den Datenbanken zur Verfügung. Sind die Daten im gespeicherten Zustand auswertbar, so müssen sie nicht weiter verarbeitet werden. In den meisten Fällen benötigen BI-Projekte jedoch eines ETL (Extract, Transform, Load) Prozesses, bei dem Daten von möglichen Vorsystemen extrahiert, bearbeitet und ins Auswertungstool geladen werden.

Nicht nur global agierende Unternehmen, sondern auch lokal-bezogene Unternehmen können mehrere Terabytes an Daten besitzen. Die auszuwertenden Daten zu filtern und sie in eine passende Struktur zu gießen, ist Hauptaufgabe der Planungsphase des Projektes.

In dieser Phase muss festgelegt werden, welche Daten in welcher Ansichtsform zu erheben oder zu verarbeiten sind. Ein besonderes Augenmerk sollte auf die Auswertungsebenen

gelegt werden. Diese beeinflussen direkt die benötigten Speicheranforderungen des Projekts im Data Warehouse. Da periodisch (z. B. stündlich, täglich, wöchentlich oder monatlich) neue Daten hinzukommen, die im Data Warehouse gespeichert und verarbeitet werden müssen, besitzt das BI-Projekt am Anfang sein kleinstes Volumen. Neue, ins System eingetragene Daten, sowie eine in Zukunft feinere Granulierung der Dimensionen, bewirken ein ständiges Anwachsen des Datenbestandes, welches dementsprechend weitere Speicherkapazitäten benötigt. Dabei muss die Reaktionszeit der vom User ausgelösten Systemabfragen auch noch bei großen Datenvolumina in Sekundenschnelle gewährleistet bleiben.

Ein Proof of Concept kann ein Bestandteil dieser Planungsphase sein. Dabei werden die ersten technischen funktionalen Annahmen und Anforderungen an das BI-Projekt getroffen. Basierend auf der Dokumentation der Planungsphase werden in der Realisierungsphase (auch Implementierungsphase genannt) die angedachten Lösungen programmiert und umgesetzt. Meist leitet ein Kick-off-Meeting diese Phase ein. Entwicklung und Implementierungsphase bilden hierbei den Hauptteil. Dokumentation sowie Datenqualitätstests gehören ebenso zu dieser Phase, wie die Installation beim Kunden, die Umgebungskonfiguration (falls nötig) oder die Schulung der Mitarbeiter, die mit der neuen Lösung in Zukunft arbeiten sollen.

Heutige Unternehmen sind schnellen Veränderungen ausgesetzt. Die eingesetzte Business-Intelligence-Lösung sollte diese Veränderungen mittragen können. Softwareverbesserungen, Bugfixes sowie neue Releases sind ein Teil der letzten und dritten Phase eines BI-Projektes bei Comarch. Vorstellbar ist auch eine Anpassung der Lösung (weitere Abteilungen sollen in Zukunft die BI-Lösung mitnutzen oder erweiterte Auswertungs- und Funktionsmöglichkeiten durch gestiegene Anforderungen).



BI – kein Fremdwort und keine Magie

Business Intelligence ist heutzutage kein Fremdwort mehr und auch keine Magie. Business Intelligence gibt dem Entscheidungsträger die Sicherheit, sich auf reale Daten und Fakten verlassen und auf diese zugreifen zu können. Dabei stellt er seine Entscheidungen auf ein sicheres Fundament.

Wichtige Entscheidungen erhalten so die nötige Unterstützung, die ohne BI-Lösung fehlen würde. Bei BI-Projekten übernimmt Comarch die komplette Wertschöpfungskette, von der Entwicklung über die Implementation bis hin zu Consulting, und Support. Branchenunabhängig unterstützt Comarch seine Kunden im Bereich Business Intelligence seit über zehn Jahren in der Realisierung von BI-Projekten.

Mit Comarch BI würde sich Herbert Maier nicht über seine internen Kennzahlen wundern. Er hätte sie stets im Blick und könnte in die Geschäftsprozesse bei Bedarf strategisch und fundiert eingreifen.



Weitere Informationen über Comarch BI unter:
www.comarch.de/it-loesungen/bi



Andreas Greiner
Business Intelligence Consultant
Comarch
andreas.greiner@comarch.com

Andreas Greiner ist Diplom-Betriebswirt und bei Comarch für den Business-Intelligence-Bereich verantwortlich. Seine Erfahrungen in Business Intelligence beruhen auf Implementierungen und Realisierungen verschiedenster BI-Projekte in Deutschland und Spanien bei unterschiedlichsten Kunden aus diversen Branchen.

Financials – Die 3 wichtigsten Fragen bei der Einführung eines neuen Rechnungswesens

Bei der Einführung einer neuen Financials-Lösung geht es immer um drei zentrale Fragen: Wann soll sie zur Verfügung stehen? Was und wieviel soll übernommen werden aus Finanzbuchhaltung, Anlagenbuchhaltung und Controlling? Wie sollen die einzelnen Daten übernommen werden?



Wann soll der Echtstart sein?

Dies ist eine der wichtigsten Fragen. Viele meiner Kunden wünschen, den Echtstart mit dem Geschäftsjahreswechsel vorzunehmen. Somit müsste der Prüfer nicht ein Geschäftsjahr in zwei Systemen prüfen. (Dies ist auch der von den Steuerberatern bevorzugte Umstellungszeitpunkt.) Rechtlich ist jedoch jeder andere Zeitpunkt genauso zugelassen und von den Prüfern akzeptiert. Die Abstimmung und Datenübernahme läuft zu jeder Zeit immer gleich ab. Weshalb sollte man dann unbedingt zu Geschäftsjahreswechsel umstellen, wenn man sowieso mehr Arbeitsaufkommen im Rechnungswesen mit den Jahresabschlussarbeiten hat? Zusätzlich darf nicht übersehen werden, dass vor dem Echtstart ggf. noch Tests und Schulungen stattfinden müssen und das neue System noch nicht so beherrscht wird wie das alte und die Tätigkeiten somit mehr Zeit in Anspruch nehmen. Die Erfahrung zeigt, dass die Mehrheit der Anwender, welche auf den Echtstart zum Geschäftsjahreswechsel bestanden, nachträglich zugestimmt haben, dass eine Verschiebung des Echtstarts (2-3 Monate vor oder nach dem Jahresabschluss) besser gewesen wäre. Diese Frage kann ggf. auch für die einzelnen Module im Rechnungswesen (Finanzbuchhaltung, Anlagenbuchhaltung und Controlling) ganz unterschiedlich beantwortet werden.

Welche Daten und wie viel davon soll übernommen werden?

Das Rechnungswesen ist heute mehr als nur Finanzbuchhaltung. Somit stellt sich natürlich auch die Frage, was soll / kann alles in das neue System übernommen werden? Hierbei ist je Bereich immer zwischen Stammdaten und Bewegungsdaten zu unterscheiden.

Finanzbuchhaltung - Stammdaten

In der Finanzbuchhaltung werden die Debitoren-, Kreditoren- und Sachkonten mindestens im neuen System benötigt, ggf. auch noch weitere Stammdaten wie Steuerschlüssel, etc.

Wenn nicht nur das Rechnungswesen übernommen wird, sondern auch die Warenwirtschaft, müssen die Datenübernahmen mit den Vorsystemen für die Debitoren und Kreditoren

abgestimmt werden. Vor allem ist hierbei auf mögliche Reorganisation der Stammdaten zu achten.

- Hat ein Kunde z.B. seit Jahren nichts mehr bestellt und wird von der Warenwirtschaft nicht mehr benötigt. Trotzdem hat der Kunde evtl. noch alte offene Posten, etc.
- Reorganisation doppelter Stammdaten für einen Kunden wg. unterschiedlicher Rechnungsadresse, Zahlungsbedingungen, etc.
- Zusammenfassung von Debitoren und Kreditoren zu Verbänden
- Und viele weitere

Zusätzlich ist zu bedenken, was mit dem Sachkontenplan geschehen soll.

Erfahrungsgemäß ist der Sachkontenplan seit vielen Jahren gewachsen und in manchen Nummernbereichen gehen die Kontonummern wegen der alten Steueränderungen aus, oder es gab im Altsystem eigene Erlös- und Aufwandskonten für einzelne Produkte / Produktgruppen. In neueren Systemen können die Zusatzinformationen für die Steuermeldung über den Steuerschlüssel ermittelt werden oder es können für die Produkte zusätzliche Informationen in der Buchung erfasst werden. Somit könnten ggf. viele Sachkonten bei der Datenübernahme zusammengefasst werden.

Zuletzt ist beim Sachkontenstamm noch zu klären, ob es bei einem Systemwechsel nicht sinnvoller ist, auf einen neuen Standardkontenplan (z.B. SKR03, SKR04, ...) zu gehen, anstatt den alten Kontenplan weiter zu benutzen.

Bewegungen

Im Rahmen einer Fibu-Migration müssen mindestens die aktuellen Sachkontensalden sowie die OPs (Debitoren, Kreditoren und Sachkonten) übernommen werden. Dies ist immer die schnellste und einfachste Art und Weise, eine Finanzbuchhaltung zu übernehmen.

Wesentlich aufwendiger wird es, wenn dies nicht ausreicht und noch historische Buchungen übernommen werden müssen. Voraussetzung hierfür ist, dass das neue System diese Art der Datenübernahme überhaupt unterstützt (wie z.B. unser Comarch Financials).

Hierbei müssen die alten Buchungen, Salden und OPs als einzelne Datensätze in das neue System übernommen werden. Zu klären ist auch, wie viele Jahre ggf. mit übernommen werden sollen.

Bitte klären Sie auch mit Ihrem Steuerberater, in wie weit die in das neue System übernommen Daten ggf. noch GDPdU-relevant sind, oder ob Sie Ihr altes System für die GDPdU vorrätig halten müssen.

Bei einer Datenübernahme werden eventuell die Buchungen, OPs, etc. umgeschlüsselt, um in das neue System übernommen werden zu können. Umgeschlüsselte Daten sind jedoch nicht mehr GDPdU-relevant!

Anlagenbuchhaltung - Stammdaten

Alle Anlagenstammsätze, ggf. weitere Stammdaten, müssen in das neue System übernommen werden.



Ist hier ggf. eine Trennung / Verdoppelung der Stammdaten notwendig, um in Zukunft ggf. weitere Bilanzierungskreise abbilden zu können?

Bewegungen

Eine Datenübernahme in der Anlagenbuchhaltung sollte immer zum Ende des letzten Geschäftsjahres erfolgen. Dies widerspricht nicht dem Punkt 1, da die Anlagenbuchhaltung erst mit den Jahresabschlussarbeiten fertiggestellt wird. Anschließend kann die Datenübernahme erfolgen.

Hierbei werden nur die historischen Daten in Summe übernommen (AHK, AfA, Restbuchwert, etc.). Eine einzelne Buchungübernahme ist in der Anlagenbuchhaltung nicht üblich, da hierbei zu viele Unwägbarkeiten bei der Datenübernahme auftauchen könnten.

Z.B. könnten Datenänderungen, Buchungen, etc. in beiden Systemen unterschiedlich gespeichert und verarbeitet werden. Das könnte zu diversen Schwierigkeiten bei der Datenübernahme führen.

Dies ist notwendig, da in der Regel zwei unterschiedliche Systeme, selbst mit den gleichen Rechenvorgaben, nicht unbedingt bei der AfA-Berechnung monatlich zum selben Ergebnis kommen.

Auch hier müssen ggf. die Daten dupliziert werden, wenn weitere Bilanzierungskreise abgebildet werden müssen.

Controlling

Im Bereich Controlling ist zu prüfen, welche Bereiche / Optionale Dimensionen im Controlling benötigt werden und ob für diese Bereiche überhaupt Altdaten übernommen werden können. In Comarch Financials stehen bis zu 20 Optionale Dimensionen zur Verfügung (z.B. Kostenstellen, Projekte, Kostenträger, Kunden, Lieferanten, etc.).

Stammdaten

Kostenarten können in der Regel aus den Sachkonten der Finanzbuchhaltung generiert werden. Nur in Einzelfällen werden die Kostenarten aus dem Controlling direkt übernommen.

Die Stammdaten für Kostenstellen, Projekte, etc. müssen in das Controlling übernommen werden. Hierbei ist zu prüfen, ob nicht ggf. auch hierfür die Stammdaten aus anderen Bereichen generiert werden können (z.B. Kunden- / Lieferantenstamm in der Finanzbuchhaltung => Kundenstamm im Controlling).

Bewegungen

Eine Übernahme der einzelnen Bewegungen im Controlling ist immer am einfachsten, da hier keine weiteren Abhängigkeiten zu OPs, Soll- / Habengleichheit, etc. berücksichtigt werden müssen.

Jedoch sollte hier genau geprüft werden, ob eine einzelne Belegübernahme sein muss, oder ob es hier nicht ggf. einfacher ist, nur die Salden zu übernehmen.

Außerdem ist zu berücksichtigen, ob eine Altdatenübernahme überhaupt aussagekräftige Vergleichszahlen bietet (z.B. wenn sich das Geschäftsfeld im letzten Jahr geändert hat, etc.).

Übernahme einzelner Daten

Für jeden Bereich sollte genau geprüft werden, ob die Daten manuell oder per Programm maschinell übernommen werden sollen. Dies ist natürlich von der Anzahl der zu übernehmenden Daten abhängig. Z.B.

- Anzahl der Kreditoren-OPs (ggf. großer Zahllauf, zum Ausgleich der noch offenen Posten)
- Anzahl der Stammdaten.

Vorteile einer manuellen Datenübernahme:

- Alle Daten werden von den Anwendern einer Sichtkontrolle unterzogen, ggf. Anpassung der Daten möglich
- Anwender lernen das neue System kennen und zu bedienen
- Bei geringer Datenanzahl evtl. die schnellere/günstigere Lösung

Vorteile einer maschinellen Datenübernahme:

- Keine Erfassungsfehler, alle Daten werden gleich übernommen
- Bei größerer Datenanzahl evtl. die schnellere / günstigere Lösung



Weitere Informationen über Comarch Financials unter www.comarch.de/it-loesungen/financials

eBilanz

Unternehmen müssen ihre Bilanz für jedes Geschäftsjahr elektronisch an das Finanzamt übermitteln. Dank der Comarch eBilanz können sie dieser Pflicht effizient nachkommen.

Die Comarch eBilanz garantiert die volle Unterstützung für Bilanz, GuV sowie weitere Pflichtbestandteile, z.B. Ergebnisverwendung. Die Software steht sofort für Sie zum Einsatz bereit, da sie schnell autoinstalliert sowie einfach und ergonomisch zu bedienen ist. Dabei kann man die Comarch eBilanz sowohl an alle Finanzbuchhaltungs-Programme anbinden oder als Stand-Alone einsetzen.



Michael Brunner
Senior Financials Consultant
Comarch
michael.brunner@comarch.com

Michael Brunner ist Betriebswirt mit EDV-Schwerpunkt. Nach zehn Jahren auf der Anwenderseite im kaufmännischen Bereich ist er 1996 auf die Beraterseite gewechselt und sammelte umfassende Erfahrungen bei verschiedenen Softwareanbietern. Da er sowohl eine technische als auch eine kaufmännische Ausbildung hat und von der Anwenderseite kommt, kennt er die Nöte und Herausforderungen von mittelständischen Unternehmen.

CRM – Kunden binden: Loyalty-Maßnahmen im Check

Der erste Schritt ist für jedes Unternehmen, Kunden zu gewinnen. Die nächste und entscheidende Frage lautet dann: Wie schaffe ich es, meine Kunden langfristig zu binden und nachhaltig einen Kundenstamm mit loyalen und regelmäßigen Käufern aufzubauen. Loyalty und Kundenbindung lauten die Zauberworte.



Welchen ROI bringen CRM & Marketing?



Der Flughafen Heathrow erzielte mit Comarch CRM einen neuen Akquisitionskanal, der täglich 70 bis 80 Prozent neuer Anmeldungen bringt (Wi-Fi-Integration).



Enterprise Rent-a-Car erzielte mit Comarch CRM folgende erste Ergebnisse (Vergleich mit Stand zum Startdatum des Programms):

- Steigerung der Registrierungen um 26 Prozent
- Steigerung der Zahl aktiver Teilnehmer um 22,5 Prozent
- Steigerung der Vermietungen um 24 Prozent
- Steigerung der Anzahl der Miettage um 26 Prozent
- Umsatzsteigerung um 25 Prozent
- Mehr Teilnehmer mieten häufiger Fahrzeuge:
- 1 bis 5 Anmietungen gestiegen um 11 Prozent
- 6 bis 11 Anmietungen gestiegen um 10 Prozent
- 12 bis 23 Anmietungen gestiegen um 11 Prozent
- 24+ Anmietungen gestiegen um 11 Prozent
- Weitere Kennzahlen
- Kundenbindung gestiegen um 1 Prozent
- Abwanderung gesunken um 4 Prozent
- Reaktivierung gestiegen um 21,5 Prozent



Das TrueBlue-Badges-Programm ist hervorragend geeignet, die Nutzer stärker an JetBlue Airways zu binden. Die Zahlen und Fakten:

- 100.000 Nutzer
- 1,5 Millionen Facebook-Impressions
- 560.000 vergebene Badges
- 1,3 Millionen Seitenaufrufe



MAPCO Express erzielte mit Comarch CRM folgende Ergebnisse:

- 373 teilnehmende Shops
- Mehr als 560.000 registrierte Programmteilnehmer
- Etwa 800.000 Bonustransaktionen insgesamt pro Woche
- 250.000 Unique User pro Woche (gemessen als Konten/Kunden pro Woche)



Weitere Informationen über Comarch CRM & Marketing unter:

www.comarch.de/it-loesungen/crm-marketing

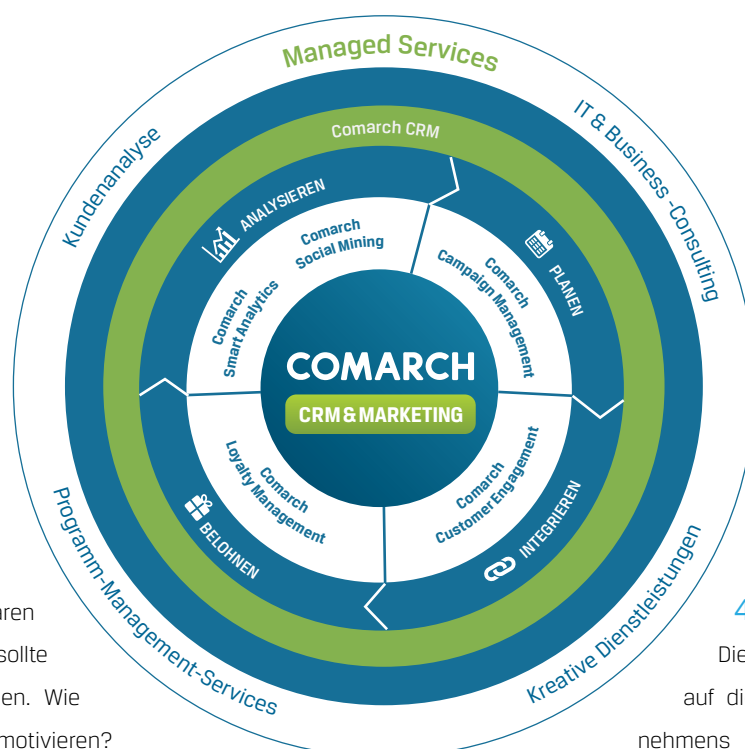


Jedes Unternehmen freut sich über loyale Kunden. Die Voraussetzung dafür ist, ein Einkaufserlebnis zu bieten, das rundum überzeugt und nachhaltig in Erinnerung bleibt. Dazu gibt es bewährte Maßnahmen, die jedes Unternehmen ergreifen kann.

Customer Relationship Management (CRM) steht für Kundenpflege und Kundeninteraktion. Mit expliziten Loyalty-Maßnahmen lassen sich Kunden binden, Gewinne steigern und die Beziehungen zwischen Kunden, Partnern und der Marke festigen. Man spricht von Beziehungsmarketing.

Das Wichtigste bei den oben genannten Maßnahmen ist es, genau zu planen, eine Strategie zu entwickeln und sich auch zu überlegen, wie man den Erfolg messen kann. Suchen Sie sich einen Partner, der ganzheitlich denkt und Sie in all diesen Phasen je nach Bedarf unterstützt – von der Strategiefindung und Planung bis hin zu Implementierung und Betrieb.

CRM- und Kundenbindungsprogramme sind komplexe Projekte, deren Erfolg von verschiedenen Faktoren abhängt, darunter an vorderster Stelle Programmkonzept und Value Proposition, optimierten, genau definierten Prozessen sowie dem Einsatz



der besten verfügbaren Technologie. Im Fokus sollte immer der Kunde stehen. Wie lässt er sich am besten motivieren?

Basis für den Erfolg ist die strukturierte Entwicklung eines Kundenbindungsprogrammes nach diesen Bausteinen.

1. Analyse

Die Analyse der IST-Situation ist der Ausgangspunkt. Markt und Kunden werden genau unter die Lupe genommen. Zentral werden hier Kundenbedürfnisse untersucht, aber auch Wettbewerber und CRM-Trends. Ergebnis dieser Stufe ist die Definition in einer Konzeptskizze.

2. Konzeption

Auf Basis von Zahlen wird nun ein Fachkonzept erstellt. Dabei werden Teilkonzepte für Marketing, Kommunikation, Finanzen und Reporting ausgearbeitet. So entsteht ein Gerüst mit Feinkonzepten für jeden Unternehmensbereich.

3. Kundendatenkonzept

Im Kundendatenkonzept ermittelt man, welche Daten genutzt werden, so dass Rechtssicherheit, Effizienz und Qualität sichergestellt sind.

4. Angepasste IT

Die IT-Landschaft wird genau auf die Bedürfnisse des Unternehmens zugeschnitten, neue Lösungen werden integriert. So lässt sich der optimale Betrieb auch bei Leistungsspitzen sichern.

5. (Launch-)Marketing

Der Marketing-Mix muss stimmen, um das Programm zum Erfolg zu machen. Schon bei Programmstart, aber auch während des Programmbetriebes werden Zielgruppen regelmäßig, gezielt und mit relevanten Inhalten und Angeboten angesprochen.

6. Permanente Anpassung

Schließlich geht es darum, die CRM-Lösung kontinuierlich anzupassen und weiterzuentwickeln. Dafür werden bestimmte „Stellschrauben“ festgelegt und analysiert, um den Erfolg des CRM-Programms zu optimieren und überwachen.

CRM-Lösungen, die nach diesem fundierten Vorgehen eingeführt werden, haben sich bereits bei vielen Unternehmen aus den unterschiedlichsten Branchen bewährt.



David Glantz
Director Pre-Sales and Service Implementation
Comarch
david.glantz@comarch.com

Der Diplomkaufmann ist ein Experte für Loyalty-Programme. Sein Schwerpunkt liegt u.a. auf Branchen wie Travel (Airline, Airports, Railway-Operators, Bus-Operators), Retail, Banking und E-Commerce. Projekte bei zahlreichen Kunden, darunter viele international operierende Unternehmen, tragen seine Handschrift.

Bonusprogramm bei der Mercedes-Benz Bank

Mercedes-Benz Bank

Zur Umsetzung des Bonusprogramms für die neue MercedesCard-Kreditkarte hat sich die Mercedes-Benz Bank AG für Comarch entschieden.

Die MercedesCard, die je nach Leistungspaket in Silber und Gold angeboten wird, verfügt über ein stark erweitertes Dienstleistungsangebot rund um die Themen Geld, Reise, Sicherheit und Mobilität sowie über ein neues Bonusprogramm für die Kunden. Die Plattform Comarch Loyalty Management bildet die technische Grundlage für die Steuerung und Durchführung des neuen Bonusprogramms. Comarch bietet zudem innovative Business-Dienstleistungen wie Programm Management an und verfügt über weitreichende Erfahrungen im Aufbau und Betrieb von Loyalty-Programmen.

Im laufenden Programmbetrieb unterstützt Comarch die Bank

ebenfalls mit umfassenden Leistungen, wie Hosting und dem operativen IT-Betrieb der Plattform. Das Programm Management-Team unterstützt die Bank sowohl im fachlichen Betrieb des Bonusprogramms als auch bei der laufenden Optimierung des Programms.

Derzeit sind Comarch-Kundenbindungssysteme weltweit unter anderem im Handel, bei Tankstellen, in der Banken- und Versicherungswirtschaft, in der Telekommunikationsbranche, bei Fluggesellschaften und Autovermietungen, bei Konsumgüterherstellern, Industriekunden sowie bei Multipartnerprogramm-Anbietern im Einsatz.



Maria Schepka
Loyalty Program Managerin
Comarch
maria.schepka@comarch.com

Die Wirtschaftsingenieurin will immer die beste Lösung für den jeweiligen Kunden finden. Ihre Erfahrungen reichen von Online-Marketing und Online-Redaktion bis hin zu fachlicher Expertise, z.B. bei der Comarch Loyalty Management-Plattform. Mit ihren Ideen unterstützt sie deren stetige Weiterentwicklung.



HR-Software – Was Personaler wirklich brauchen

Klar strukturiert und effizient – so müssen Personaler arbeiten, um den Herausforderungen eines vollen Schreibtisches zu trotzen. Bürokratie und Papierkrieg verschleiern oftmals das, was Human Resources eigentlich ist: Die Arbeit mit Menschen und ihrem Potential.



Ein Workflow macht den Fortschritt einzelner Aufgaben transparent. Für jeden ersichtlich, wie und was als nächstes zu tun ist - mit Erinnerungsfunktion, sobald ein Zeitlimit überschritten wurde.

Eine benutzerabhängige Sicht auf den Mitarbeiter, die alle nötigen Informationen enthält, die der jeweilige Sachbearbeiter für die Erledigung all seiner Aufgaben benötigt.

Keep it simple...

Besonderen Wert legen wir auf eine einfache und effektive Handhabung. Wir entwickeln mit der Sicht eines Anwenders – gestalten die Anwendungen so, dass der / die Personalsachbearbeiter/-in gerne mit der Software arbeitet. Im gleichen Atemzug wird gewährleistet, dass alle Anforderungen erfüllt werden können, die Vorgesetzte, andere Fachabteilungen und zu betreuende Mitarbeiter an die Personalabteilung stellen. Durch die webbasierte Anwendung kann jeder selbst – je nach Berechtigungskonzept – auf Daten oder Dokumente zugreifen und ist dadurch nicht auf die unmittelbare Verfügbarkeit des zuständigen Sachbearbeiters angewiesen. Mit dem im Comarch ERP enthaltenen Workflow-Management können Informationen mit Kollegen oder Vorgesetzten ausgetauscht und Aufgaben terminiert und zugewiesen werden.

Konform zur Norm

Wie wird die Rechtskonformität sichergestellt, die für Entgeltabrechnungssoftware vorausgesetzt wird? Wir haben den

Vorteil, dass wir als Vorlage das bewährte Comarch HR TOPAS – das Personalsystem für das IBM System i – nutzen. Seit Beginn der Systemuntersuchung durch die ITSG wurden deren Vorgaben bei diesem Programm entsprechend umgesetzt. Selbstverständlich sind dort auch alle steuerrelevanten und sonstige rechtliche Vorschriften berücksichtigt.

Wichtig war uns auch die vielfältigen Möglichkeiten der individuellen Steuerungen bzw. Anpassbarkeit. Die benutzerfreundliche Oberfläche bietet durch ihre skalierbare Funktionalität jedem Nutzer die Möglichkeit, eigene Felder zu erstellen, die er für Aufgaben aus dem Personalmanagement entsprechend verwenden kann.

Weiterhin ist es sehr frei in der Definition der Lohnarten, von Durchschnitten, der Ermittlung von Stundenlöhnen, der Berechnung von Entgeltfortzahlungen während Fehlzeiten sowie von Prämien, Boni oder sonstigen Zahlungen.

Moderne Personalarbeit lässt sich deutlich weiterentwickeln durch Software, die mehr Zeit ermöglicht, mit Bewerbern, Talenten und den eigenen Mitarbeitern zu arbeiten.



Weitere Informationen über Comarch HR unter www.comarch.de/it-loesungen/hr



Diana Schröder
HR Consultant
Comarch
diana.schroeder@comarch.com

Die Personal- und Industriekaufrau lernte in ihren Stationen in Personalabteilung der Lebensmittelbranche, im Fahrzeughandel und in einer Maschinenfabrik die gesamten Arbeitsabläufe von mittelständischen Betrieben kennen. In diesen 20 Jahren hat sie auch verschiedene Software-Lösungen für die Personalarbeit selbst angewendet. Ihre Erfahrungen umfassen auch die Beratung und Entwicklung von Personalsoftware. Deshalb kennt sie die Organisation von verschiedenen Betriebsabläufen, benötigten Dokumenten oder geforderten Auswertungen sowohl aus Anwender- als auch aus Entwicklerseite. Dabei lernt sie immer mehr und nimmt gerne Anforderungen oder Lösungsmöglichkeiten von Unternehmen mit, die sie als Consultant besucht.

Cloud - Kleine setzen auf High-Tech aus der „Wolke“

Es ist noch kein Meister vom Himmel gefallen. Jeder fängt mal klein an. So sagt man im Volksmund, und das gilt auch für die freie Wirtschaft. Dann, wenn man sich entscheidet, sein eigener Chef zu sein. Wie Hans Z. aus Dessau. Er ist Meister im Reparieren von Autos. Und jetzt soll er von heute auf morgen auch sowas wie Buchhaltung oder Ressourcenplanung machen.



Das Wissen dazu muss man sich erarbeiten, aber das hat Hans Z. immer gemacht: hart gearbeitet. Nur so kam er zu seiner eigenen Werkstatt, durch harte Arbeit. Bescheid wissen über Brutto, Netto und Zahlen, das ist das Eine. Aber wo sammelt man Daten? Das gute alte Auftragsbuch hat sich seit Jahrhunderten bewährt, aber im digitalen Zeitalter läuft Hans Z. damit seiner Zeit hinterher. Die Konkurrenz kann ihn überholen, weil sie sorgfältiger und schneller arbeitet.

Der Vorteil des Computers liegt auf der Hand: Viel passiert auf Knopfdruck. Und das ist auch das Ziel von Hans Z. Er will sich auf seine Stärken konzentrieren: das Anziehen von Bremsen, das Wechseln von Reifen, das Richten von kaputten Stoßdämpfern. Die Planung und Steuerung soll soweit automatisch gehen, wie es eben geht.

Mittelständler nutzen dazu ein ERP. Das ist High-Tech, eine moderne Software, die alle Mittel eines Unternehmens erfasst, steuert und den Einsatz plant. So etwas zu kaufen, ist für die kleine Werkstatt von Hans Z. zu viel. Das hieße, gleich zum Start der Firma einen Batzen Geld für eine Software auf den Tisch zu legen.



Die Alternative dazu ist das Internet. Hier kann man ERP quasi digital nutzen – aus der Cloud heraus. So wie das mit Filmen, Musik und eigenen Dateien funktioniert, die man dort nutzt. Die Kosten sind niedrig und fallen nicht auf einen Schlag, son-

dern regelmäßig an, wie ein Abo. Man kann bequem testen, ob das ERP für die eigene Firma etwas bringt und falls nicht, kommt man raus, ohne groß Geld in den Sand gesetzt zu haben. Die Software lässt sich dynamisch an den Bedarf anpassen. Und es ist erheblich günstiger, als sie direkt zu kaufen.



Ist die Cloud sicher?

Manche fragen sich immer: Daten im Internet speichern, ist das sicher? Dabei sind diese Daten garantiert sicherer als auf jedem PC oder in jedem Regal voll Ordnern. Der Vorteil von Daten im Internet ist, sie bleiben auf dem Server des Cloud-Anbieters und können nicht verloren gehen durch Virenbefall, Rechnerabsturz, Einbruch etc. Damit sie aber wirklich so sicher sind, muss man den Cloud-Anbieter aber genau unter die Lupe nehmen. Ist der Anbieter verlässlich? Hat er ein eigenes Data Center, vertrauen ihm viele Unternehmen, auch große Namen?

Mit Software, wie dem ERP, das Hans Z. gern probieren möchte, können kleine Unternehmen größer werden. Weil sie sich dadurch auf das Handwerk konzentrieren können, welches sie beherrschen. Die gesamte Verwaltungsarbeit von der Auftragsfassung bis zum Rechnungsdruck und der Buchführung läuft über sein ERP, das er aus der Cloud bekommt. So einfach wie den Strom aus der Steckdose. Und genauso einfach kann Hans Z. auch auf einen Mehrfachstecker erweitern oder eben den Stecker ziehen, wenn ERP wider Erwarten doch nicht sein Bier ist.

Welcher Cloud-Anbieter?

Der Cloud-Anbieter Comarch speichert die Daten im Herzen Deutschlands, auf der Mitte der Landkarte, in Dresden. Das Comarch-Data Center entspricht höchsten Sicherheitsmaßstäben und schützt alle Daten bei Stromausfällen, Katastrophen oder gar Terroranschlägen. Eine verschlüsselte Verbindung zwischen der eigenen, lokalen Hardware und dem Rechenzentrum gewährleistet den Schutz sensibler Daten. Da das Rechenzentrum in Deutschland liegt und Comarch ein rein europäisches Unternehmen ist, unterliegen die Daten höchstem Schutz im deutschen Rechtsraum. Auch vor ungewollten legalen Zugriff – Stichwort US-Spitzel.

Neben der größtmöglichen Sicherheit bietet der Cloud Service von Comarch aber auch ein breites Angebot an Geschäftsanwendungen: Von einem ERP mitsamt Rechnungswesen über einen Webshop und eine Sales Force Automation (SFA) Anwendung bis hin zu intelligenten Backup-Solutions für Unter-

nehmensdaten und EDI-Lösungen finden kleine Unternehmen die passende Lösung für unterschiedliche Unternehmensbereiche.

Private oder Public Cloud?

Um die optimale Kombination aus Cloud Services für sich zusammenstellen, sollte zuerst die grundsätzliche Frage gestellt werden, ob eine Private oder Public Cloud die beste Lösung ist. Comarch kann beides: zum einen die voreingestellten und sofort einsatzbereiten Public Cloud Lösungen und andererseits Lösungen aus der Virtual Private Cloud, die auf die besonderen Anforderungen größerer Betriebe zugeschnitten werden können.

Flexibel wäre Hans Z. mit beiden. Und er kann damit sein Ziel erreichen. Sich auf sein Handwerk konzentrieren, in dem er der Meister ist. Den Rest erledigt das ERP in der Wolke über ihm.



Cloud in Zahlen

Die Wolke kommt – dieser sehr diffuse Begriff beschreibt die Technik des Cloud-Computings. Mittelstand Kompakt hat versucht, den Nebel zu lichten – mit Fakten und Zahlen.

Cloud in Zahlen

1,7

1,7 mal mehr ROI (Return on Investment) liefern Cloud-Lösungen im Vergleich zu Software on premise (wenn Computerprogramme selbst betrieben werden).

Quelle: NucleusResearch, 2012

83

83 Prozent aller Cloud-Nutzer berichten von positiven Erfahrungen.

Quelle: Cloud Monitor 2013 von KPMG in Zusammenarbeit mit dem Verband BITKOM

18

18 – 24 Monate hinkt Deutschland bei der Cloud-Nutzung im internationalen Vergleich hinterher.

Quelle: BCC The Boston Consulting Group 2013

670.000

670.000 neue Jobs könnte der Mittelstand durch steigende Umsätze schaffen, wenn KMUs stärker auf moderne IT setzen würden.

Quelle: BCC The Boston Consulting Group 2013

77

77 Prozent der Cloud-Anbieter bezeichnen Handel und Dienstleistungen als die Branche, die besonders oft auf Cloud-Angebote zurückgreift. Hinter Medien und Telekommunikation liegt Handel und Dienstleistungen damit auf zweiter Stelle.

Quelle: Cloud Computing: Evolution in der Wolke von PwC 2013



Philipp Erdkönig

Department Director Business
Development Center DACH
Comarch

philipp.erdkoenig@comarch.com



Mehr über die Lösungen aus der Comarch Cloud erfahren Sie unter www.comarch-cloud.de

Comarch Cloud in Zahlen



2 Comarch Data Center
in Deutschland:
Dresden, Frankfurt

37.000



Kunden nutzen
die Comarch Cloud



Im Jahre 2000 startete
Comarch mit dem ersten
SaaS-Kunden



Lösungen stehen in
der Comarch Private
und Public Cloud
zur Verfügung



Unsere Kunden
würden die
Comarch Cloud - Services
weiterempfehlen



Unsere Kunden
verlängern ihre
Cloud-Verträge
um ein weiteres Jahr

Interview mit Fraunhofer-Forscher – Warum Cloud?

Gemeinsam mit Fraunhofer veranstaltet Comarch Webinare zum Thema „Cloud Computing für den Mittelstand“. Im Dialog mit Mittelstand Kompakt erläutert Jürgen Falkner vom Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation IAO, wie im Rahmen der Webinare Unternehmen die wichtigsten Erfolgsfaktoren für die Entwicklung einer eigenen Cloud-Strategie vermittelt werden.

Mittelstand Kompakt: Die Fraunhofer-Allianz Cloud Computing bündelt das Angebot und die Kompetenzen der Fraunhofer-Gesellschaft in den Bereichen Cloud IT und IT-as-a-Service. Welche weiteren Leistungen bietet Fraunhofer für Unternehmen?

Jürgen Falkner: Die Möglichkeiten, sich mit Cloud Services und Cloud IT zu befassen, sind vielfältig und ebenso vielfältig ist auch das Leistungsangebot der Fraunhofer-Allianz Cloud Computing. Grundsätzlich gliedert es sich in Angebote für Cloud-Service-Betreiber und Cloud-Service-Nutzer. Für erstere bietet Fraunhofer Unterstützung bei der Entwicklung von Cloud-Strategien und Geschäftsmodellen, bei der Migration bestehender Software auf Cloud-Infrastrukturen sowie bei Einrichtung, Betrieb und Sicherung von Cloud-Infrastrukturen, Plattformen und Services. Darüber hinaus unterstützt Fraunhofer bei der Zertifizierung von Cloud-Services. Gerade vor dem Hintergrund der aktuellen Datenschutzdebatte werden Zertifizierungen für die Kunden der Cloud-Service-Anbieter und somit auch für Cloud-Service-Provider zunehmend interessant. Den Nutzern helfen wir bei der Auswahl und Einführung von Cloud-Services, bei der Strategieentwicklung und beim Umgang mit sogenannter Schatten-IT. Dahinter verbergen sich Cloud-Services, die ohne Wissen und/oder Zustimmung der IT-Verantwortlichen im Unternehmen bereits genutzt werden. Auch schätzen wir die Wirtschaftlichkeit von Cloud-Lösungen ab – sowohl für Anbieter als auch für Kunden von Cloud-Services.

Mittelstand Kompakt: Welchen Stellenwert und welche Bedeutung haben Cloud-Lösungen Ihrer Erfahrung nach aktuell

bei mittelständischen Unternehmen?

Jürgen Falkner: Meine persönliche Erfahrung deckt sich da weitgehend mit den aktuellen Zahlen des BITKOM, d.h. der Mittelstand ist aktuell noch vergleichsweise zurückhaltend mit der Nutzung von Cloud-Services. Das liegt auch daran, dass das Thema Cloud in Deutschland bisher vor allem in Form der Private Cloud angekommen ist und dort wiederum die Unternehmensgröße eine wesentliche Rolle spielt. Für kleinere oder mittlere Unternehmen liegen die Vorteile von Cloud-Services eher in der Public Cloud. Und dort dominieren viele große Anbieter aus den USA, die gerade stark unter Beschuss stehen, was das Thema Datenschutz angeht. Das ist einerseits keine glückliche Kombination um das Thema im deutschen Mittelstand voranzubringen, auf der anderen Seite aber auch eine Chance für europäische Cloud-Anbieter.

Schatten-IT sind Cloud-Services, die ohne Wissen und/oder Zustimmung der IT-Verantwortlichen im Unternehmen bereits genutzt werden.

Mittelstand Kompakt: Flexibilität und Kostenreduktion sind nur zwei der Vorteile, die Cloud-IT für Unternehmen bietet. Welche weiteren potenziellen Mehrwerte sind darüber hinaus zu nennen?

Jürgen Falkner: Je kleiner ein Unternehmen ist, desto weniger kann man davon ausgehen, dass es in der Lage ist, eine IT- und Service-Infrastruktur zu betreiben, die wirtschaftlich so-

wie bezüglich Sicherheit und Datenschutz in der ersten Liga mitspielen kann. Das Problem lässt sich lösen, indem man die IT hosten lässt oder gleich in die Cloud verlagert. Im Gegensatz zum Hosting bietet die Cloud flexible Skalierbarkeit und Mandantenfähigkeit, d.h. die Daten verschiedener Nutzer sind sauber voneinander getrennt ohne sie auf physikalisch getrennten Ressourcen verwalten zu müssen. Ein zentraler Vorteil ist aber vor allem, dass ein Unternehmen, dessen Kernkompetenzen nicht in der IT liegen, diese Kompetenzen auch nicht aufbauen muss. Die Nutzung von Cloud-Services ist vor allem eines: komfortabel. Daneben schlagen weitere Vorteile zu Buche, wie z.B. die Reduktion von Investitionskosten. Mit Cloud-Lösungen ist ein Unternehmen zudem immer auf dem neuesten Stand dessen, was der Anbieter zu liefern vermag – und das ohne eigenen Installations- und Administrationsaufwand. Wenn wir ein bisschen in die Zukunft denken, kann Cloud Computing auch bedeuten, dass die durchaus nicht zu unterschätzenden Aufwände für die IT-Integration der Vergangenheit angehören, weil die Anbieter diese Probleme einmal für alle lösen können. Bisher macht sich jedes Unternehmen diese Arbeit aufs Neue.

Mittelstand Kompakt: Cloud Computing wird nicht erst seit diesem Jahr als neuer Trend in der ITK-Branche gesehen. Wie schätzt Fraunhofer die zukünftige Entwicklung des Cloud-Marktes in Deutschland ein?

Jürgen Falkner: Ich denke, dass an dem Thema langfristig kein Weg vorbeiführt. Das Cloud-Paradigma bietet zu viele Vorteile und die Sicherheitsbedenken lassen sich auf On-Premise-Systeme nahezu in gleichem Maße anwenden wie auf die Cloud. Damit das Thema in der Breite der Unternehmen wirklich ankommt, braucht es aber noch etwas Zeit. Zum einen löst man ein eben erstandenes On-Premise-System nicht einfach ab, nur weil ein neues IT-Paradigma auf den Markt kommt. Zum anderen haben auch die Anbieter noch Potenziale, ihre Lösungen weiter zu verbessern. Und nicht zuletzt hemmt die Da-

tenschutzdebatte natürlich auch eine schnellere Adaption. Die Entwicklung in Richtung Cloud ist insgesamt aber wohl kaum aufzuhalten – auch in Deutschland.

Gerade bei kleinen Unternehmen sind die Daten in der eigenen IT oft weniger sicher als bei einem (guten) Cloud Provider.

Mittelstand Kompakt: Unklar definierte Ziele und Anforderungen werden bei gescheiterten IT-Projekten als häufigster Grund genannt. Aber welche Punkte sollte ein Unternehmen bei der Entwicklung der eigenen Cloud-Strategie in die Planung einbeziehen, um erfolgreich eine Cloud-Lösung zu integrieren?

Jürgen Falkner: Zunächst sollte man sich darüber im Klaren sein, dass es DIE Cloud nicht gibt. Es gibt unterschiedliche Servicemodelle – Software, Platform oder Infrastructure as a Service – und unterschiedliche Liefermodelle – Public, Private oder Hybrid. Dazu kommen unterschiedliche Preismodelle. Bei weitem nicht alle Cloud-Services bezahlt man pay-per-use. Nicht bei jeder Kombination dieser Modelle greifen auch alle Vorteile der Cloud. Daher sollte ein Unternehmen zunächst überlegen, von welchen Vorteilen der Cloud es profitieren möchte und könnte, um dann zu prüfen, mit welchen Liefer-, Service- und Preismodellen das realisierbar ist. Für potenzielle Anbieter von Cloud-Services spielen neben dem Vertrauen der Kunden die Geschäftsmodelle und Vertriebskanäle eine wesentliche Rolle. Hier besteht auch die Möglichkeit, dass man sein bisheriges Geschäftsmodell kannibalisiert. Das muss nicht zwangsläufig schlecht sein – manchmal ist es vielleicht sogar erforderlich. Es birgt aber Gefahren. Potenzielle Nutzer von Cloud-Services sollten sich darüber hinaus die Frage stellen, welche Arten von Daten in welchem Cloud-Service verarbeitet und gespeichert werden sollen. Hier müssen vor allem

die juristischen Randbedingungen berücksichtigt und Gefahren wie z.B. Wirtschaftsspionage realistisch abgewogen werden. Das reine Bauchgefühl ist hier meist kein guter Berater – und zwar weder in der einen noch in der anderen Richtung. Gerade bei kleinen Unternehmen sind die Daten in der eigenen IT oft weniger sicher als bei einem (guten) Cloud Provider.

Mittelstand Kompakt: Was sollten mittelständische Unternehmen bei der Auswahl des richtigen Cloud-Anbieters wie Comarch unbedingt beachten?

Jürgen Falkner: Bei der Auswahl eines Cloud-Service-Anbieters gelten im Grunde ähnliche Kriterien wie bei der Auswahl einer klassischen IT-Lösung. Zunächst sollte der benötigte Funktionsumfang abgedeckt sein. Des Weiteren müssen betriebskritische Punkte wie Verfügbarkeit und Support vertraglich sichergestellt werden. Hier gibt es eine ganze Reihe von Faktoren, anhand derer man beurteilen kann, was ein Anbieter wirklich zu leisten vermag. Das würde allerdings den Rahmen des Interviews sprengen. Nicht zuletzt müssen die rechtlichen Fragen bei einer Auslagerung der Datenverarbeitung in die Cloud geklärt werden. Die gute Nachricht ist hier, dass juristisch nahezu alles im Rahmen der europäischen Gesetze geregelt werden kann. Den Wert von Mechanismen wie der Safe-Harbor-Zertifizierung muss jedoch jedes Unternehmen für sich selbst abschätzen. Safe Harbor ist eine Selbst-Zertifizierung für US-Anbieter, mit der sie sich verpflichten, europäische Datenschutzrichtlinien umzusetzen. Selbst dieser schwache Schutz wird übrigens von aktuellen Urteilen der US-Justiz ausgehebelt. Mit europäischen Anbietern stellt sich diese Frage nicht.

Mittelstand Kompakt: Welche Themenschwerpunkte erwarten interessierte Kunden und Unternehmen darüber hinaus in

den Webinaren zum Thema Cloud Computing im Mittelstand?

Jürgen Falkner: In den Webinaren erwartet die Teilnehmer ein recht detaillierter Überblick über alle wichtigen Fragestellungen in Bezug auf Cloud IT. Das reicht vom Marktüberblick über Best-Practice-Beispiele und rechtliche Aspekte über die Grundlagen der Wirtschaftlichkeitsanalyse von Cloud-Services bis zu Themen wie der Anforderungsanalyse, der Migration in die Cloud oder der Cloud Governance. Darüber hinaus geht es um die Umsetzung der Cloud-Strategie und um die Frage, was Unternehmen bei der Auswahl und Einführung von Cloud-Services im Detail betrachten sollten. Es werden Kriterien aufgestellt, wann Cloud-Services als vertrauenswürdig angesehen werden können und was bei der Anbieterauswahl in den Nutzungsverträgen stehen sollte.

Mittelstand Kompakt: Worin sehen Sie den Nutzen, mit Comarch gemeinsam Webinarreihen zu veranstalten?

Jürgen Falkner: Wir unterstützen mit Comarch einen Cloud-Service-Provider dabei, seinen Kunden wissenschaftlich fundierte und detaillierte Informationen an die Hand zu geben, um sich dem Thema Cloud Computing zu nähern. Bei allem, was an Datenschutzdebatten einerseits und Marketingversprechen andererseits bezüglich Cloud Computing an Halbwissen kursiert, ist die Zurückhaltung der Kunden nachvollziehbar. Dem kann nur durch Aufklärung entgegengewirkt werden. Dieser Wissenstransfer von der Forschung in die Industrie ist auch der Auftrag der Fraunhofer-Gesellschaft. Darüber hinaus bietet das Fraunhofer IAO gemeinsam mit weiteren Instituten der Fraunhofer-Allianz Cloud Computing weitergehende Dienstleistungen zur Entwicklung, Auswahl und Einführung von Cloud Services an. Die gemeinsamen Webinarreihen mit Comarch helfen uns dabei, auf dieses Angebot aufmerksam zu machen.



Das Interview führte:
Susanne Dutzschke
 Redaktion Mittelstand Kompakt
 susanne.dutzschke@comarch.com
 Die Diplom-Kauffrau hat Wirtschaftswissenschaften mit den Schwerpunkten Marketing, Logistik und Wirtschaftspsychologie studiert und im Online-Marketing von Unternehmen der Branchen E-Commerce und Messwesen gearbeitet. Sie unterstützt Kunden mit einer Vielfalt an Webinaren.



Jürgen Falkner
 Leiter Competence Team
 Softwaretechnik
 Fraunhofer-Institut für
 Arbeitswirtschaft und
 Organisation IAO

Lösungen für IT-Sicherheit

Seit über 16 Jahren bietet Comarch Lösungen im Bereich IT-Infrastruktur an. Sie basieren auf weltweit anerkannten Standards und technologischen Partnerschaften mit führenden IT-Unternehmen und vereinen Kompetenzen aus den Bereichen Telekommunikation, IT-Outsourcing und Data Center.

Data Center

Gerade für Unternehmen, die nicht in den Ausbau eigener IT-Infrastruktur investieren möchten, stellen Rechenzentrumsleistungen eine gute Alternative dar.

nologien, Anwendungen sowie WAN- und LAN-Netzwerke zur Datenübertragung, die zur Verbesserung der Kommunikation beitragen sowie den Austausch und den Zugang zu unternehmensinternen Informationen ermöglichen.

IT Networks

IT Networks umfasst Dienstleistungen rund um die Integration von IT-Lösungen zur Unterstützung von Informationsaustausch und reibungsloser Unternehmenskommunikation. Zu diesen Dienstleistungen gehören alle Kommunikationstechnologien, Anwendungen sowie WAN- und LAN-Netzwerke zur Datenübertragung, die zur Verbesserung der Kommunikation beitragen sowie den Austausch und den Zugang zu unternehmensinternen Informationen ermöglichen.

IT Outsourcing & Integration

Durch die Übergabe der IT-Umgebung an erfahrenes Fachpersonal können Betriebskontinuität und die maximale Verfügbarkeit der Dienstleistungen sichergestellt werden.

Business-Case

Hostingleistungen bei E-Plus

e-plus⁺

E-Plus Germany, der drittgrößte Mobilfunknetzbetreiber Deutschlands, wurde 1994 gegründet. Die zu Beginn auf Ballungsräume eingeschränkte Netzreichweite ist mit der Zeit systematisch ausgebaut worden. Seit 2000 gehört E-Plus zum niederländischen Konzern KPN Mobile. 2005 führte das Unternehmen die Handy-Flatrate-Marke BASE ein, wobei E-Plus in Deutschland auch mit der Marke MTV Mobile vertreten ist. Seit dem 1. Februar 2010 wurde ein Großteil der Abonnement- und Prepaid-Dienste in das BASE-Angebot übernommen.

Projektstart: 2010

Einsatzgebiet: Deutschland

Projektart: Hosting

Im Rahmen des Projekts OSS Next Generation Network Planning für E-Plus Germany, der bisher umfangreichsten Im-

plementierung von Comarch OSS, stellte Comarch folgende Dienste in eigenen Rechenzentrumsstandorten bereit:

Administration und Wartung der Hardwareplattform (Server, Speichersysteme, Tape-Libraries, Zugangsnetzwerk)

- Verwaltung der Betriebssysteme
- Datenbankverwaltung
- Backup und Archivierung
- Schutz der Anwendungsumgebung
- Verwaltung des IT-Netzwerks
- Vorteile

IT-Outsourcing ermöglicht dem Kunden die Fokussierung auf sein Kerngeschäft.

Comarch ist verantwortlich für die Systempflege gemäß SLA-Vertrag und die Einhaltung der Leistungskennzahlen (KPI) in Bezug auf Datensicherheit

Support & Partnerschaft



Wer Märkte erobern will, braucht einen verlässlichen Partner. Weit über die Einführung einer konkreten Software hinaus sollte diese Partnerschaft reichen – und von nachhaltigem Nutzen sein. Beispiele sind Hotline, Support, Plattformen, Events und Partnerschaften, damit man als Anwender immer gut informiert und up to date ist.



Software einführen

Unternehmen, die eine neue Software einführen, wollen so bald wie möglich von den Vorteilen profitieren. Häufig gilt es, in kurzer Zeit eine tragfähige Lösung zu implementieren, die langfristig auf die Zukunft ausgerichtet ist. Diese Ziele stellt der IT-Dienstleister Comarch bei Software-Implementierungen in den Fokus: schnelle Einführung und nachhaltiger Nutzen.

Es gibt unterschiedliche Wege zum Ziel. Je nach Situation und Präferenz des Unternehmens gilt es, die zielführende Einführungsmethode gemeinsam auszuwählen. Ich berichte Ihnen heute aus meiner Erfahrung, weil ich selbst bei zahlreichen Software-Einführungen sowohl als Berater als auch als Projektleiter beteiligt war - bei der Comarch Software und Beratung AG und zuvor fünf Jahre lang als Projektleiter bei ERP-Einführungen und drei Jahre als Projektleiter bei Rechnungswesen-Einführungen. In dieser Zeit habe ich große Marktführer ebenso begleitet wie junge Start-ups.

Und ich kann Ihnen sagen, es gibt nicht den einen goldenen Weg für alle. Jedes Einführungsprojekt ist anders, trotzdem gilt es, Standards einzuhalten. Deshalb haben wir bei Comarch vier standardisierte Einführungsmethoden definiert, nach denen wir unsere Projekte realisieren.

Lasten- / Pflichtenheft

Im Lastenheft legt der Auftraggeber alle seine Anforderungen an die Lieferungen und Leistungen eines Auftragnehmers fest. Unternehmen beschreiben also detailliert, wie die neue Software funktionieren soll. Der Status quo, das neue Konzept, Schnittstellen, Anforderungen und Lieferumfang sind ebenso wie Abnahmekriterien im Lastenheft festgehalten. Das Lastenheft erstellt der Auftraggeber folglich ohne unsere Beteiligung. Das Pflichtenheft zeigt den Lösungsansatz des Auftragnehmers inklusive Antworten auf alle Anforderungen des Lastenheftes. Dieses Pflichtenheft gestalten wir in aller Regel bereits sehr praxisorientiert, d.h. ganz nah an unseren Produkten. Das Pflichtenheft ersetzt nach Abnahme des Auftraggebers die zu realisierenden Anforderungen des Lastenheftes und ist danach die alleinige Basis für die zu liefernde Leistung. Mit der Abnahme des Pflichtenheftes ist die Planungsphase des Projektes

beendet und es beginnt die Realisierungsphase mit unserem normalen Change-Request-Verfahren.

Einsatzanalyse

Die Einsatzanalyse stellt eine Kombination aus Lasten- und Pflichtenheft dar. Bei diesem Verfahren werden die Anforderungen gemeinsam vom Auftraggeber und -nehmer in Form der Einsatzanalyse erstellt. Die Einsatzanalyse stellt die Planungsphase dar und es folgt danach, analog zur Einführung nach Lasten- / Pflichtenheft, die Realisierungsphase, ebenfalls mit dem bereits bekannten Change-Request-Verfahren.

Prototyp-Methode

Ein „Prototyp“ wird als Entwurf für ein Gesamtprojekt entwickelt. Der Prototyp stellt bereits ein lauffähiges Stück Software dar. Mit dem Prototyp ist der Kunde in der Lage, die typischen Prozesse seiner Branche in der Software darzustellen. Nach der Erstellung des Prototyps erfolgt die Individualisierung inklusive der Datenübernahme und der Schnittstellenentwicklung. Die Prototyp-Methode zeigt schnell Erfolg, ist also für das Projektteam sehr motivierend. Außerdem werden durch die enge Zusammenarbeit zwischen Auftraggeber und -nehmer in dieser Prototyp-Erstellungsphase dem Auftraggeber die Vorteile und die Philosophie der Lösung verständlich, so dass die eine oder andere Modifikation unnötig wird. Diese Tatsache spart dem Auftraggeber Zeit und Geld und ist damit der größte Vorteil dieser Methode. Die Einführung wird also schneller und günstiger, was sich auch positiv auf die späteren Pflegekosten und die Releasefähigkeit der Lösung auswirkt.

Business SCRUM

Business SCRUM ist ein sehr moderner Ansatz zur Projekteinführung. Die SCRUM-Methode ist uns bereits seit längerem aus der Standardsoftwareentwicklung bekannt. Business

SCRUM erfolgt in Projektsituationen, die am Anfang als zu komplex für eine Einführung nach anderen Methoden erscheinen. Wie funktioniert Business SCRUM? Auf einen fest definierten Zeitraum, die Projektdauer, werden Hauptbereiche wie z.B. Vertrieb, Lager, Disposition etc. definiert. Zu den Hauptbereichen werden einzelne, jeweils gleichlange Steps, die sogenannten Sprints, definiert, in denen die Anforderungen des Hauptbereiches bearbeitet werden. Nach jedem Sprint werden die Ergebnisse festgehalten und dokumentiert. Dabei werden alle Projektbeteiligten über die Fortschritte informiert. Im nächsten Sprint wird das Teilprojekt fortgesetzt. Diese Arbeitsweise spiegelt den iterativen Prozess wieder. Bei der Einführung nach Business SCRUM wird folglich die Projektdauer – und damit der Aufwand – fixiert und nicht der Funktionsumfang. Diese Tatsache gibt Budget- und Planungssicherheit, ist aber aufgrund der nicht fest definierten Funktionalität nur et-

was für mutige Kunden, die dem Auftragnehmer vertrauen und hinsichtlich ihres Geschäftsmodells in erster Linie schnell sein müssen oder wollen. Hierin liegt auch der Grund dafür, dass sich meistens Kunden aus dem Onlinehandel für diese Methode entscheiden, da es gerade in dieser Branche durch die gebotene Schnelligkeit um die Sicherung von Marktanteilen geht.

Auf der Basis dieser Gegenüberstellung können Unternehmen jetzt entscheiden, welche Einführungsmethode der individuellen Situation am besten entspricht und welche Vor- und Nachteile wie stark gewichtet werden. Wir stehen gern für Gespräche bereit und teilen unser umfassendes Wissen mit Ihnen. Mit jeder dieser Einführungsmethoden haben wir bereits intensive Erfahrungen gesammelt, z.B. mit Referenzkunden wie August Friedberg GmbH, Coppenrath & Wiese oder KIK24. Kontaktieren Sie mich einfach: frank.siewert@comarch.com

Software-Einführung Methoden im Check

Kriterium	Lasten-Pflichtenheft	Einsatzanalyse	Prototyp	Business Scrum
Aufwand	€€€	€€	€	€
Festpreis Planung	Ja ☹☹☹	Ja ☹☹	Ja ☹☹☹	☹☹☹
Festpreis Realisierung	Ja ☹☹	Ja ☹☹	Nein	
Dokumentation	📄📄📄	📄📄	📄	📄📄
Praxisorientierte Einführung	🖥	🖥🖥	🖥🖥🖥	🖥🖥
Transparenz	🔍🔍	🔍🔍	🔍🔍🔍	🔍🔍🔍
Schnelligkeit	🕒	🕒	🕒🕒🕒	🕒🕒
Standardnähe (Anzahl Modifikationen)	📌	📌	📌📌📌	📌📌
Releasesicherheit	🔒	🔒	🔒🔒🔒	🔒🔒🔒

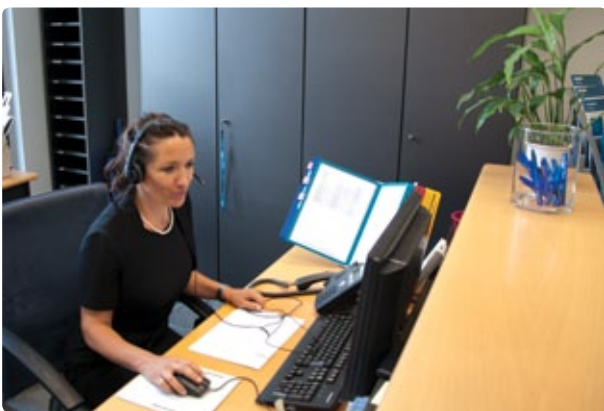


Frank Siewert
Vorstandsmitglied Comarch
frank.siewert@comarch.com

Frank Siewert ist im Vorstand bei Comarch. Der Betriebswirt ist ein versierter Spezialist für Software-Einführungen. In den Bereichen ERP und Rechnungswesen baut er auf jahrzehntelange Erfahrung. Sein Spezialgebiet und seine Leidenschaft sind ERP-Einführungsprojekte mit Produktions-, Versandhandels- und Onlinehandelsschwerpunkten. Aus zahlreichen Software-Einführungen, z.B. bei KIK, Victorinox und Bringmeister von Kaiser's Tengelmann, sind ihm die Bedürfnisse großer, mittelständischer und kleiner Unternehmen bestens vertraut.

Hotline – Ein Tag mit Mirjana Höllerer

Driiing! DRINNG! „Hallo, hier Ihre Comarch Hotline!“ Um alle Fragen zu beantworten, ist die Hotline immer erreichbar von 8 bis 17 Uhr. „Mittelstand Kompakt“ hat Mirjana Höllerer, Leiterin des Büros in Wien und „gute Seele“ am Telefon, über die Schulter geschaut und durch einen typischen Arbeitstag begleitet.



7.45 Uhr. Die Espressomaschine tröpfelt gerade den schaumig-braunen Energy-Drink in die Kaffeetassen, diese Zeit wird für ein Plausch unter Kollegen genutzt bzw. auch, um die weiteren Vorgehensweisen zu besprechen. Der Austausch reicht von Belanglosem bis zu Essentiellern. Soeben ist ein neues Release erschienen und zwei neue Produkte werden fertig entwickelt (Endphase). Das ist Gesprächsthema Nummer 1 hier in der Mariahilfer Straße in Wien. Da sie an „vorderster Front“ sitzt, haben Mirjana bzw. ihre Kollegen von der Hotline Hermann Rittmaier und Franz Grill ein Gespür für die Stimmung ihrer Kunden. Gutgelaunt schlendert Mirjana mit ihrem Kaffee an den Arbeitsplatz und blickt auf den Bildschirm, ob im Hotline-Eingang bereits Anfragen eingegangen sind.

08:04 Als sie sich durch eine Auswertung klickt, welche ein Kunde am Vortag zu Abstimmzwecke geschickt hat, kommt bereits eine neue Kundenanfrage in den Hotline-Eingang. Einer ihrer Kollegen steht jederzeit für Unterstützung bereit.

Mirjana ruft den Kunden sofort zurück, da hier auch der Hin-

weis „dringend“ vorkommt. Sie weiß gleich, worum es sich handelt. Die Kundin hat vor dem Einstieg ins Buchen irrtümlicherweise einen Betrag in der Kontrollsumme eingegeben und kann sich daran jetzt nicht mehr erinnern. Mirjana erklärt, dass die Dame für das Beenden statt mit Auswahl E (=für Ende) mit EK (=Ende der Kontrollsumme) aussteigen soll. Im Handumdrehen ist das Problem gelöst und die Anruferin zufrieden. Mirjana widmet sich wieder ihrer Auswertung, Franz, Hermann und sie können den Anrufern deshalb so gut helfen, weil sie das Produkt in- und auswendig kennen. Hotline-Betreuung ist nur ein Aspekt ihrer Arbeit mit Kunden und dem Produkt.

09:34 Mehrere Kundenanfragen wurden bereits erledigt. Bei einer technischen Frage (Einrichten der Excel- und PDF-Ausgabe) bittet Mirjana ihren Anrufer, kurz in der Warteschleife zu bleiben, ruft schnell einen Kollegen aus der Entwicklung im Nebenzimmer an, der dies sofort prüft und umgehend hilft.

10:16 Das Telefon läutet. Der Anwender benötigt Informationen zum Mahnen und Avisos per Mail versenden. Aber Mirjana beantwortete auch diese Frage ganz routiniert. Sie schüttelt das einfach aus dem Handgelenk. Seit 23 Jahren ist sie im Bereich Finance. Sie leitet nicht nur den Hotlinesupport, die Softwareentwicklung, das Partnermanagement und den Kundensupport, sondern greift tatkräftig zu. Für sie ist der direkte Kontakt zu den Kunden sehr, sehr wichtig und das spürt man jede Sekunde.

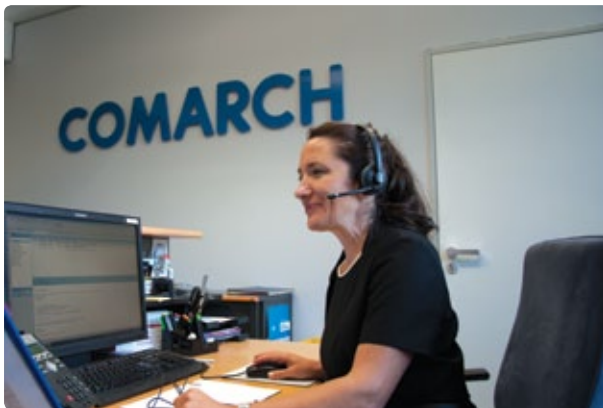
11:00 Franz Grill übernimmt die Hotline, da die Hausverwaltung wegen des Serverraums in Wien zur Besichtigung kommt. Das Team arbeitet seit einem Viertel Jahrhundert zu-



sammen, dies merkt man an der Leidenschaft und an dem Humor, welcher sich täglich in der Arbeit widerspiegelt.

Mirjana vertritt die These „Nur wenn man etwas gerne macht, macht man es auch gut!“

12:00 „Ich freue mich über jeden Anrufer, dem ich weiterhelfen konnte“, sagt Mirjana, als sie abermals den Telefonhörer auflegt. Diesmal rief ein Partner direkt vom Kunden an.



13:04 Dass das neue Release bei den Kunden ein großes Thema ist, hört Miri auch vom nächsten Anrufer. Die Frage zur neuen Funktionalität kann sie aber schnell klären.

14:12 Diesmal ein Anruf zum Thema neues Produkt Windows Client (neue Oberfläche). Mirjanas Arbeit ist sehr, sehr vielseitig, dass bedeutet, jeder Tag hat neue Überraschungen, man lernt jeden Tag wieder etwas Neues dazu (wie im täglichen Leben). Vor allem wenn man viel mit Menschen zu tun hat, da ist nichts vorhersehbar. Durch die hohe Eigenverantwortung wird man immer flexibler, schneller und arbeitet dennoch konzentriert.

15:15 Besprechung in der Entwicklungsabteilung: Es werden neue Themen von Kunden gesichtet, welche neuen Funktionen in den neuen Releases realisiert werden – aktuelles Thema zurzeit die Steueränderungen zum 01.01.2015 für elektronische Dienstleistungen, welche an Endkunden fakturiert werden. Hier werden noch Erhebungen gemacht, wie viele der Kunden zukünftig davon betroffen sind.

17:11 Dem letzten Anrufer hat die Hotline-Expertin für heute weitergeholfen. Es freut Mirjana natürlich, dass sie bei ihren Kunden für ihr fachliches Wissen geschätzt wird. Es kommt sehr viel Gutes von den Kunden zurück an Feedback, da weiß man, dass man nichts falsch gemacht hat! Ihr Motto ist „Respekt und Vertrauen im Team und zu den Kunden (wie in einer gesunden Partnerschaft), dann macht die Zusammenarbeit Spaß und beide Seiten profitieren voneinander!“



Mirjana Höllner
Geschäftsstellenleiterin Wien
Comarch Solutions
mirjana.hoellerer@comarch.com

Seit mehr als 20 Jahren arbeitet Mirjana Höllner im Bereich Finance (Hotlinesupport, Softwareentwicklung, Partnermanagement, Kundensupport). Sie ist Bereichsleiterin für das Produkt DKS Finance und Geschäftsstellenleiterin in Wien.

Kundenbetreuung 4.0

Bereits beim Kauf des ERP-Systems müssen sich Kunden mit der Tatsache befassen, dass sie nicht nur die Software an sich kaufen, sondern ebenfalls eine Beziehung zu dem ERP-Anbieter eingehen. Damit ist gemeint, dass bei dieser Entscheidung nicht einzig offensichtliche Kriterien wie der Preis und die Funktionalität des Systems von Bedeutung sind, sondern ebenso auf weitere Aspekte wie die Kundenbetreuung geachtet werden sollte.

O b durch eine hohe Anzahl an Anpassungen, komplexe Prozesse oder die Verarbeitung von Massendaten, früher oder später hat jedes Unternehmen zum ersten Mal Fragen oder Wünsche zu seinem ERP-System. So wie das bei jedem Gerät und jeder Software der Fall ist. Technik hilft, aber der Tag wird kommen, an dem sie einem ein Rätsel aufgibt und man eine Frage dazu hat. Was dann zählt, ist, nicht allein gelassen zu werden und einen Ansprechpartner zu haben, der um Rat gefragt werden kann. Unterstützung vom ERP-Anbieter ist gefragt, um die Frage zu beantworten und wieder ein ganz nach Wunsch funktionierendes System zu haben, ohne mit wirtschaftlichen Einbußen durch Systemausfälle und ähnlichen Problemen rechnen zu müssen.

Wie sieht es mit Erfahrungswerten aus der Praxis beim Software-Anbieter Comarch aus? Wie wird bei der Bearbeitung und Behebung von Fragen oder Fehlern auf Kunden-ERP-Systemen vorgegangen, und wie gelingt es, diese schnellstmöglich zu lösen?

1. Hilfe!

Max M. ist Geschäftsführer bei einem mittelständischen Produktionsunternehmen mit einem Umsatz zwischen 20 und 25 Millionen € pro Jahr. Sein Unternehmen produziert und vertreibt Tiefkühlware für Supermarkt-Ketten. Max M. entschied sich bereits vor vielen Jahren für ein ERP-System, um immer die Übersicht über die im Unternehmen ablaufenden Prozesse zu haben, um die Prozesse zu automatisieren und um dadurch bessere Informationen zur Verfügung zu haben, auf deren Basis er seine Entscheidungen treffen kann.

Als ihm nun sein IT-Leiter mitteilt, dass es bei der Abbildung

der komplexen Produktionsprozesse im ERP zu einem Fehler bei der Kapazitätsberechnung gekommen ist, ist Max M. ratlos, was getan werden soll. Er bespricht sich mit dem IT-Leiter, um eine Lösung zu finden und sie entscheiden sich, Kontakt zu ihrem ERP-Anbieter aufzunehmen.

Um Max M. optimal bei der Behebung von solchen und ähnlichen Fragen unterstützen zu können, verwendet Comarch hierfür ein eigenes Support Center. Das Support Center kann als Schnittstelle zwischen Comarch und seinen Kunden gesehen werden. Es stellt somit eine Art zentrale Anlaufstelle für den Kunden dar und funktioniert ähnlich einem Online-Chat. Oberstes Ziel des Support Centers ist es, das beeinträchtigte System / die beeinträchtigte Funktionalität wiederherzustellen, damit bei Max M. die Kapazitätsberechnung richtig erfolgt. Zu Beeinträchtigungen kann es in jedem Unternehmen schneller kommen. Sei es aufgrund nicht nach Wunsch funktionierender Modifikationen, einem veralteten Release-Stand oder, wie im oben genannten Beispiel, aufgrund von Prozessfehlern, die erst im Laufe der Zeit entdeckt werden. Anhand dieses Beispiels und mit Hilfe der folgenden Grafik soll hier die vereinfachte Vorgehensweise des Support Centers erklärt werden:

Max M. hat von Comarch zu Beginn drei Systeme zur Verfügung gestellt bekommen, die für verschiedene Zwecke genutzt werden können. Das Echt-System oder auch Produktiv-System wird im Alltag verwendet und stellt das System dar, auf dem das Unternehmen täglich arbeitet. Zusätzlich verfügt jeder Max M. über ein Test-System auf welchem er, wie der Name bereits sagt, Tests durchführen und Einstellungen verändern kann, ohne den Echt-Betrieb dadurch zu gefährden. Daneben gibt es noch ein DV-System oder Entwicklungs-

System welches von Comarch betreut wird und welches eine ähnliche Funktionalität wie das Test-System vorweist, nur dass hier auch entwickelt werden kann.

Nachdem der IT-Leiter Max M. über die Anomalie im System informiert hat, stellt der IT-Leiter ein identisches Beispiel auf seinem Test-System nach und dokumentiert die Schritte, die dazu geführt haben, mit Hilfe von Screenshots und Anmerkungen. Dies hat den Vorteil, dass der folgende Analyse-Prozess durch Comarch deutlich schneller erfolgen und dadurch das Vorkommnis auch schneller aufgeklärt werden kann. Der IT-Leiter nimmt nun diese Dokumentation und kann diese im Support Center in einer Art „Nachricht“ hochladen und das Vorkommnis bei Comarch melden. Die erstellte Nachricht heißt „Support-Anfrage“ und erhält von Comarch eine eindeutige Identifikationsnummer. Die Frage von Max M. ist nun bei Comarch gemeldet und wird von einem Mitarbeiter klassifiziert und priorisiert, damit die weitere Bearbeitung erfolgen kann.

Im nächsten Schritt muss der Mitarbeiter von Comarch den Prozess, der zu dem Vorkommnis geführt hat, verstehen. Dazu ist es besonders wichtig, dass der IT-Leiter von Max M. den Sachverhalt vollständig aufbereitet hat, da die Unternehmen teilweise stark voneinander abweichende Prozesse haben. Oftmals kann es vorkommen, dass sich Fragen ergeben, die vom IT-Leiter und dem Comarch-Mitarbeiter zusammen beantwortet werden müssen. Eine enge Zusammenarbeit beschleunigt hier die Analyse und dann im Weiteren die Behebung maßgeblich. Deshalb ist es sinnvoll, sich in diesem Prozess gegenseitig zu unterstützen und zusammen an einer Lösung zu arbeiten.

Konnte das Vorkommnis eindeutig identifiziert und „nachgebaut“ werden, dann wird nun entschieden, wie damit umzugehen ist. Max M. und sein IT-Leiter sind nun an der Reihe, einer Lösung durch Comarch zuzustimmen, bevor sich Comarch an die Umsetzung begibt. Hier macht es sich bezahlt, dass Comarch sowohl Berater als auch Entwickler an denselben Standorten beschäftigt. Dadurch ergeben sich kurze Wege, Informationen werden schnell und konsistent weitergegeben und man spricht dieselbe Sprache. Nachdem eine Lösung gefunden, umgesetzt und getestet wurde, wird diese dem

IT-Leiter auf dem DV-System zur Verfügung gestellt. Sollte es noch Anmerkungen zur Lösung geben, dann wird eine Überarbeitung beantragt. Ist dies nicht der Fall, so gibt der IT-Leiter das „OK“ und die Lösung kann nun auf dem Echt-System von Max M. eingespielt werden. Das Vorkommnis ist behoben und Max M. kann sich nun wieder sicher sein, richtige Entscheidungen zu treffen.

Wie man hier bereits sehen konnte, hat Max M., bzw. sein IT-Leiter, die Möglichkeit, die Fehlerbehebung und deren Erfolg maßgeblich zu beeinflussen.

2. Kann ich den Prozess selbst beeinflussen?

Wie bereits beschrieben wurde, ist bei der Kundenbetreuung die Zusammenarbeit zwischen Comarch und dem Kunden besonders wichtig. Durch gute Zusammenarbeit kann das Ergebnis und die Lösungsfindung deutlich beeinflusst werden. Hierbei hat der Kunde verschiedene Möglichkeiten, positiv beizutragen:

- Vollständige Erfassung der Support-Anfrage im Supportsystem
- Beschreibung des Prozesses, der zum Vorkommnis führte
- Untermauerung der Beschreibung mit Screenshots, die im Supportsystem als Anhang hochgeladen werden können
- Identische System-Stände zwischen den verschiedenen Systemen (DV-System, Test-System und Echt-System)
- Identische Modifikationen auf den verschiedenen Systemen
- Aktuelle Daten auf den verschiedenen Systemen
- Unterstützung und Bereitstellung zusätzlicher Informationen über das Support-System in allen verschiedenen Stufen des Support-Prozesses
- Zuweisung eines Mitarbeiters, der sich um die Bearbeitung und die Erfassung von Supportanfragen kümmert

Diese Liste stellt nur die wichtigsten Punkte dar, die zur Erreichung eines optimalen Ergebnisses beitragen. Es stellt sich nun eventuell dem einen oder anderen aber noch die Frage, ob all der Aufwand wirklich notwendig ist.

3. Warum wird dazu das „Support-System“ benötigt?

Wäre es nicht wesentlich unkomplizierter und schneller, die Fehler per Telefon oder via E-Mail zu klären? Dies bleibt natürlich der bevorzugten Kommunikation des jeweiligen Anwenders überlassen. Kurzfristig ließe sich vermuten, dass der Weg über das Support-Center nur Arbeit verursacht, doch langfristig betrachtet erklärt sich der Nutzen daraus schnell.

Durch das Erfassen von Anfragen am Support-System werden die Ursache für ein Vorkommnis, die Analyse, die zur Lösung führte, sowie die Lösung selbst, Schritt für Schritt dokumentiert und können bei erneutem Vorkommen nachgeschlagen werden. Dies trägt für die Kunden von Comarch unter anderem dazu bei, dass sich das Produkt kontinuierlich verbessert, weil durch die Erfassung aller Kunden an einem zentralen System Optimierungspotentiale aufgedeckt werden, die dann in den neuen Releases für alle Kunden zur Verfügung gestellt werden können.

Zusätzlich wird dadurch eine riesige Wissensdatenbank generiert, die dazu beiträgt, dass Fragen von Kunden schneller bearbeitet und folglich auch gelöst werden können. Comarch hat dann die Möglichkeit, dem Kunden eine Lösung bieten zu können, die sich bereits als bewährt herausgestellt hat.

Es ist aber auch möglich, dass aus demselben Vorkommnis verschiedene Lösungsansätze generiert wurden. Es kann nun dem Kunden die für ihn individuell am besten geeignete Lösung angeboten werden oder der Kunde wählt die gewünschte Lösung aus.

Auf jeden Fall wird durch das Support-Center die Reaktionszeit verkürzt. Seitens Comarch werden die eingehenden Anfragen ständig von einem Mitarbeiter überwacht und der Kunde ist dadurch jederzeit über den aktuellen Status seiner Anfrage informiert. Das workflowgesteuerte Support-System informiert proaktiv sowohl den Anfrager als auch die beteiligten Mitarbeiter bei Comarch über jeden Bearbeitungsschritt, jeden Kommentar und jede Rückfrage zusätzlich per E-Mail.

Ein weiterer Vorteil der Erfassung am Support-System ist die

Unabhängigkeit von Zeit und Raum. Hat sich früher noch der Status der unersetzlichen Vor-Ort-Betreuung durchgesetzt, so hat sich ein Wandel im Denken von Unternehmen vollzogen. Durch die Bearbeitung von Anfragen am Support-System ist es möglich, dass zeitgleich mehrere Mitarbeiter an demselben Problem arbeiten können und jeder auf dieselben Informationen zugreifen kann.

Da Comarch an seinen Standorten sowohl Berater als auch Techniker und Programmierer beschäftigt, sind die Wege zwischen den Abteilungen sehr kurz. Dies trägt dazu bei, dass die Mitarbeiter alle Fragen des Kunden richtig verstehen und im Folgenden eine Lösung ausarbeiten können, welche dem Kunden langfristig hilft.

Abgesehen davon ermöglicht die Erfassung am Support-System ungeahnte Unabhängigkeit von einem persönlichen Ansprechpartner. Oftmals ist das Wissen über Fragen, Vorkommnisse und die Systemstände eines Kunden zentral bei einem Mitarbeiter hinterlegt. Durch das Support-System ist dieses Wissen jedem befugten Mitarbeiter, der für die Betreuung des Kunden zuständig ist, zugänglich.

Wie in diesem Artikel gezeigt wurde, lassen sich Probleme am besten lösen, wenn man gemeinsam eng zusammenarbeitet und sich gegenseitig unterstützt. Wie sich gezeigt hat, stellt die Entscheidung für ein ERP-System eine langfristige Beziehung dar, der Kunde sollte sich daher bereits vorab gut darüber informieren, damit man im Falle von allen späteren Fragen, die auftreten können, nicht alleine dasteht, sondern einen starken Partner an seiner Seite weiß.

Autoren:

Comarch Support Team aus den Standorten in der DACH-Region



Akademie – Für das Leben lernen

Dem Anwender seinen Nutzen, seine Potentiale aufzeigen und ihn anleiten, diese Vorteile für sich zu erschließen. Das ist das Ziel der Comarch Akademie. In der CeBIT-Metropole Hannover werden pro Jahr bis zu vier verschiedene Lehrgänge für unterschiedliche Module aus den Bereichen Anwendung, Softwareentwicklung und Systemmanagement angeboten.

Comarch ERP Akademie Trainingsprogramm

Die Schulungen sprechen sowohl „Beginner“ als auch Profis an. Die Entwicklung der ERP-Software ist in Hannover angesiedelt, somit ist hier eines der technisch versiertesten Know-how-Zentren sowohl in der Breite als auch in der Tiefe vorhanden. Durch die Verbindung zwischen Entwicklung und Schulung ist das kompetente Trainerteam in der Lage, auch die technischsten Fragen der Teilnehmer adäquat zu beantworten.

In den Räumen der Akademie lernen Kunden abseits des Alltagsgeschäfts die Anwendung der Comarch-Software kennen und zu benutzen. Das gestattet ein konzentriertes und komprimiertes Lernen in kleinen Gruppen und in einer angenehmen Atmosphäre.

Ein umfassendes Portfolio über das Schulungsangebot steht auf der Website bereit.



www.comarch.de/it-loesungen/erp/training.



Sabine Rieke
Academy Managerin
Comarch
sabine.rieke@comarch.com

Die Betriebswirtin koordiniert alle Schulungen im Rahmen der Comarch ERP Akademie und baut auf ihre jahrelange Erfahrung in Organisation und Administration.

Anwendungen

z.B. Navigation, Oberfläche und Handling u.v.m.

Softwareentwicklung

z.B. Dialoganwendungen, Entwickler-Workshop u.v.m.

Systemmanagement

z.B. Systemadministration und -installation, Crystal Reports, Workflowmanagement u.v.m.

Events & Workshops

z.B. Qualitätsmanagement, Exportabwicklung, Verkaufstraining u.v.m.

Business Lounge

Jeder Mensch macht es anders, die einen rufen lieber direkt an und klären Fragen im persönlichen Gespräch, andere wiederum möchten das per Klick erledigen. Dafür gibt es im Internet die Business Lounge. Alle Infos rund um Software-Produkte – wie Handbücher oder Dokumentationen – stehen hier auch digital bereit.

Viele Kunden von Comarch-Software nutzen diese validierte Online-Plattform und finden hier mit wenigen Klicks alles, was hilfreich für den Software-Einsatz sein kann.

In einem geschützten Bereich stehen technische Handbücher, Anleitungen, FAQs, Releasenotes für neue Versionen, Ankündigung von Trainings und Schulungen, Informationen zu Veranstaltungen, Neuigkeiten sowie Support- & Hotline-Kontakte für persönlichen Austausch bereit. Im themenbezo-

genen Forum können Kunden zudem Fragen, Anregungen und Wünsche posten, die dann umgehend beantwortet werden.



Lena Krauss
Online Project Managerin
Comarch
lena.krauss@comarch.com

Die Online Project Managerin ist für die Webseiten von Comarch verantwortlich und hilft bei technischen Fragen. Dabei arbeitet sie eng mit Produktspezialisten, Programmierern und Web Designern zusammen.



Events & Kundentage

Nutzen Kunden bereits die vollen Potentiale ihrer Software-Lösung? Kennen sie alle neuen Funktionen des letzten Releases? Solche Fragen beantwortet Comarch regelmäßig auf seinen Kundentagen und Events.

In wechselnden Städten wird von Experten und aus Anwendersicht Neues und Hilfreiches in Vorträgen und Workshops dargestellt. Hier erweitern Anwender der Comarch-Software ihr Netzwerk und sehen, wie andere erfolgreiche Unternehmen ihre Prozesse z.B. mit Comarch ERP abbilden. Sie erfahren alles Neue und Interessante zu Comarch ERP und welche Anknüpfungsmöglichkeiten es zu anderen Lösungen wie ECM und EDI gibt.

In zahlreichen Workshops stehen dabei die Wünsche, Bedürfnisse, Fragen und individuellen Anforderungen im Zentrum.

Der Erfahrungsaustausch der Kunden untereinander wird bei solchen Events großgeschrieben.

Sie finden z.B. statt in:

- Frankfurt am Main
- Nürnberg
- Dresden
- Würzburg

Wir freuen uns auf Sie!

Wichtig ist immer die Meinung der Besucher, deshalb wird zu jedem Event eine Umfrage durchgeführt, um Verbesserungspotential auszumachen. Sowohl Atmosphäre als auch Wissensvermittlung und Betreuung überzeugten. Mit folgenden Noten wurde der große Bestandskundentag in Dresden bewertet.

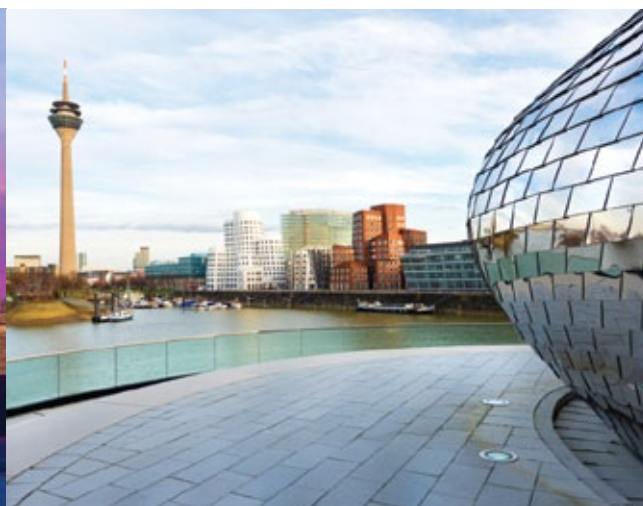
Trovarit-Studie

Ein Gradmesser, wie zufrieden die Kunden sind, ist auch die Trovarit Studie. Den Bericht dazu finden Sie auf Seite 71.



Andrea Straucher
Event Managerin
Comarch
andrea.straucher@comarch.com

Die Eventmanagerin greift auf ihre Erfahrungen in der Kundenbetreuung In-/Outbound und der Planung und Durchführen von Kundentagen und Messen wie der CeBIT zurück, um Kunden hilfreiche Veranstaltungen in angenehmer Ambiente zu bieten.



Wissen

Bibliotheken sammeln das Wissen der Menschheit, ob das nun die weltberühmte Bibliothek von Alexandria ist oder die Online-Enzyklopädie Wikipedia. Speziell für die Optimierung von Prozessen haben Experten auf der Comarch-Website eine Wissens-Bibliothek aufgebaut.

In der heutigen Geschäftswelt veraltet nichts so schnell wie das gedruckte Wort. Deshalb steht die Wissens-Bibliothek online bereit in Form von Webcasts, Whitepapers und Fachartikeln über aktuelle Themen in IT-Welt und Mittelstand.

Webinare oder auch Web-Seminare sind ein hilfreiches Tool, um ortsunabhängig und interaktiv ein interessantes Thema mit dem Referenten und den Teilnehmern zu erörtern.

Dabei geht es zum Beispiel um aktuelle und interessante Themen rund um die IT-Lösungen wie ERP, EDI und ECM.

Fragen der Teilnehmer werden hier unkompliziert und nah an der Praxis beantwortet, zum Beispiel: Wie kann man Zahlen,

Daten und Fakten aus dem ERP-System herauslesen? Oder: Wie kann man mit EDI aaS sicher Daten austauschen?



www.comarch.de/presse/wissen



Susanne Dutzschke
Redaktion Mittelstand Kompakt
susanne.dutzschke@comarch.com

Die Diplom-Kauffrau hat Wirtschaftswissenschaften mit den Schwerpunkten Marketing, Logistik und Wirtschaftspsychologie studiert und im Online-Marketing von Unternehmen der Branchen E-Commerce und Messewesen gearbeitet. Sie unterstützt Kunden mit einer Vielfalt an Webinaren.

Unabhängige Expertise – Institute, Berichte & Experten

Bei einer Quelle denkt man an einen klaren, ungetrübten Bach, der direkt aus dem Zentrum kommt. Bei Wissen gilt das Gleiche, Quellen sollten klar und ungetrübt sein. Deshalb sind die Erfahrung und Einschätzung von unabhängigen Experten so wichtig.

Einen unabhängigen Blick werfen zum Beispiel renommierte, internationale Berichte auf einen Software-Anbieter wie Comarch. Die Software-Produkte fanden die Anerkennung und wurden in den Berichten von Marktforschungsunternehmen wie Gartner, IDC, Frost & Sullivan, Truffle 100, Forrester oder analysys mason positiv bewertet.

Auszeichnungen des Jahres

Mit Auszeichnungen wie dem Preis als „ERP-System des Jah-

res" wurde die ERP-Software von Comarch wiederholt ausgezeichnet, zum Beispiel 2011 für ein Projekt mit Zalando und 2013 für das Projekt bei Kik. Prof. Dr. Norbert Gronau von der Universität Potsdam war Vorsitzender der Jury und betonte im Interview mit „Mittelstand Kompakt“: „Andere IT-Wettbewerber konzentrieren sich auf Innovationsaspekte oder auf gute Arbeitgeberschaft; wir bewerten konkret wichtige Eigenschaften, die für die ERP-Implementierung von Bedeutung sind. Die wichtigsten Kriterien sind immer der Kundennutzen, gefolgt von Ergonomie und Technologie.“

ECM-Papst im Interview

Unabhängige Expertise spielt auch im Tagesgeschäft von Comarch eine entscheidende Rolle. Zu Events wie dem Fachkongress ECM, den Comarch organisierte, waren zum Beispiel der als „ECM-Papst“ bezeichnete Dr. Ulrich Kampffmeyer und Dr. Wolfgang Hackenberg sowie Prof. Jan vom Brocke von der Universität Liechtenstein als Redner zu Gast. Diese Gelegenheit nutzte Mittelstand Kompakt auch gleich für Interviews, in denen eben nicht gesagt wurde, was vielleicht ein bestimmter Hersteller hören möchte, sondern Klartext geredet wurde, wo der Schuh bei mittelständischen Betrieben drückt. Die Interviews aus Mittelstand Kompakt, Ausgabe 5, stehen digital in der Wissensbibliothek bereit. (Siehe linke Seite gegenüber).

Informieren mit Fraunhofer

Zusammen mit dem Fraunhofer-Institut für Arbeitswissenschaft werden Webinar-Reihen erarbeitet, zum Beispiel um kleineren Betrieben Potentiale von Cloud nahezubringen.



Prof. Dr. Norbert Gronau

Lehrstuhl für Wirtschaftsinformatik und Electronic Government

Universität Potsdam



Klaus Lechner

Public Relations Manager
Comarch
klaus.lechner@comarch.com

Der Public Relations Manager ist auch Reporter und geht den Sachen gerne auf den Grund. Sachlich und verlässlich sollen die Informationen sein, die er in der Öffentlichkeit kommuniziert.

Wie zufrieden sind unsere Kunden?

Jahr für Jahr ermittelt die Trovarit-Studie die Zufriedenheit von ERP-Kunden mit ihrem System und ihrem Hersteller. (Siehe Seite 71)

Dialog mit der Forschung

Die Expertise der Trovarit fand auch in Mittelstand Kompakt in einem Gastartikel zu Business-Software ihren Niederschlag. Auch das Institut für Strategisches Management, Marketing und Tourismus der Universität Innsbruck war mit dem Thema E-Learning bereits in der Zeitschrift vertreten.

Der Austausch mit unabhängigen Experten dient dazu, Kunden mit soliden, verlässlichen und überprüfbaren Informationen zu versorgen. Schließlich geht es darum, Unternehmen einen Vorsprung zu verschaffen, durch Software genauso wie einen Wissensvorsprung.

Partner – Dichtes Netzwerk

Ob in der Liebe oder im Geschäft. Immer ist Vertrauen die Basis für eine lang währende Partnerschaft. Neue Partnerschaften sind ein Sprung ins kalte Wasser – man kann auch in einem Haifischbecken landen. Vertrauensvolle Zusammenarbeit von Software-Herstellern mit Kunden, aber auch mit Partnern und deren Kunden, ist die Basis für alle weiteren Schritte.

Zusammen ist man stärker. Die Vorteile einer Partnerschaft scheinen klar zu sein. Wichtig ist dabei, dass die Balance stimmt, also dass jeder der Partner gleichberechtigt ist und von Vorteilen profitiert.

Wenn es nun um Software geht, gewinnt das Wort „Partnerschaft“ noch mehr Tiefe. Die Wahl einer Software ist eine emotionale Entscheidung. Man kauft nicht nur eine Sache, wie ein Auto oder ein Haus. Man kauft ein abstraktes Versprechen,

nämlich mehr Wert zu erzielen, die Prozesse zu optimieren, weniger auszugeben und mehr einzunehmen. Man ist also nicht zufrieden damit, dass etwas fährt, sondern die Software soll ihren Wert ständig unter Beweis stellen. Da muss der Partner glaubhaft sein und auch halten, was er verspricht.

Zudem ist eine Software nicht fix. Sie wird weiterentwickelt und mit Support unterstützt. Deshalb muss man sich auf den Partner auch verlassen können, heute und in 10 Jahren.

Ein verlässlicher Partner wird immer eine Perspektive aufzeigen für seine Kunden, wie die Zukunft aussieht. Und er wird so ehrlich sein, zu sagen dass er nicht alles kann. Dafür gibt es Partnerschaften zwischen Software-Anbietern. Die internetbasierte ERP-II-Software Comarch ERP wurde von anderen, spezialisierten Software-Anbietern weiterentwickelt und als Basis genommen für Branchenlösungen. Diese sind dann speziell auf einen Wirtschaftszweig zugeschnitten, wie die Fashion-Industrie.

Comarch pflegt seine Partnerschaften und entwickelt sie nachhaltig weiter, zum Nutzen beider Partner und zum Nutzen des wichtigsten Akteurs: des Kunden.

Eine Auswahl von Comarchs Partnern zeigt, wie eng das Netzwerk an Partnern ist, das Comarch über die Jahre quer über den europäischen Kontinent geschaffen hat.

- Adisy Consulting GmbH & Co. KG – Weimar
- ComputerKomplett SteinhilberSchwer GmbH – Rotweil, Mettmann
- Delta Informatica S.p.A. – Italien
- DV-BERATUNG Baumgart & Partner GmbH – Köln
- KI GmbH – Bielefeld
- ImPuls AG – Krefeld
- Polynorm Software AG – Glattbrugg (CH)
- VLEXsoftware+consulting gmbh – Kulmbach

Branchen Lösungen und Spezialisierung

- Automotive – StS.supply – Comarch ERP inside (STS)
- Fashion – ImPuls fashion XL – Comarch ERP inside (ImPuls)
- KI/Steel – KI/Steel auf Basis Comarch ERP Enterprise (KI)
- Variantenfertigung – VlexPlus – Comarch ERP inside (Vlex)

Europäische Niederlassungen und Partner-Netzwerk

Deutschland	Polen
Schweiz	Slowakei
Österreich	Italien
Luxemburg	Albanien
Belgien	Ukraine
Frankreich	Russland
Großbritannien	Litauen



Webinare

Die Räder drehen sich immer schneller. Der Austausch von Informationen ist ein Segen des Internets. Wichtige Schulungen und Fortbildungen stehen heute in Form von Webinaren zur Verfügung. Warum Webinare so effektiv und bequem sind, erklärt Thomas Böing, langjähriger Dozent und Webinar-Guru, im Interview.

Mittelstand Kompakt: Was macht ein gutes Webinar aus?

Thomas Böing: Ein gutes Webinar vermittelt umfassendes Know-how. Die Teilnehmer können danach auf fundiertes Expertenwissen zurückgreifen und dieses auch in der Praxis anwenden. Es ist klar strukturiert, stellt die Anwendungspraxis in den Mittelpunkt und vermittelt die ganze Bandbreite eines Themas. Generell ist ein Webinar die flexibelste Form einer Schulung. Webinare sparen Zeit und Geld, da sie nicht ortsgebunden sind.

Mittelstand Kompakt: Was sind die Vorteile solcher Online-Schulungen?

Thomas Böing: Online-Schulungen haben eine Vielzahl an Vorteilen. Sie vermitteln Wissen und das in der Arbeitsumgebung. Die Teilnehmer der Webinare können live an ihrem Arbeitsplatz verfolgen, wie sie alltägliche Aufgaben und Prozesse erfüllen. Erfahrungen werden gleich dort gesammelt, wo sie dann später auch eingesetzt werden. Es besteht aber auch die Möglichkeit, das Webinar zusammen mit Kollegen zu absolvieren. Zudem kann man überall, also auch über mobile Geräte, darauf zugreifen. Das macht Webinare besonders günstig, kostensparend und effizient.

Mittelstand Kompakt: Wie ist das Feedback

der Teilnehmer bei Ihren eigenen Webinaren?

Thomas Böing: Das Feedback ist durchgehend positiv. Webinare haben sich als sehr gutes Instrument erwiesen, um Wissen zu vertiefen. Aus eigener Erfahrung kann ich sagen: Die Akzeptanz und das positive Resümee der Teilnehmer nach den Webinaren lassen nur diesen Schluss zu: Webinare haben sich mittlerweile fest etabliert und sind eine echte Alternative zu „Präsenz-Fortbildungen“.

Mittelstand Kompakt: Wie kann der Mittelstand von Webinaren profitieren?

Thomas Böing: Mitarbeiter können das Webinar von ihrem Standort aus absolvieren, es fallen keine teuren Reise- und Übernachtungskosten an. Gerade kleineren Unternehmen eröffnet sich die Chance, ein Maximum an Nutzen bei einem Minimum an finanziellem und logistischem Aufwand zu erhalten. Insofern kann ich den Einsatz von Webinaren gerade dem Mittelstand besonders ans Herz legen.



Das Interview führte:

Susanne Dutzschke
Redaktion Mittelstand Kompakt
susanne.dutzschke@comarch.com

Die Diplom-Kauffrau hat Wirtschaftswissenschaften mit den Schwerpunkten Marketing, Logistik und Wirtschaftspsychologie studiert und im Online-Marketing von Unternehmen der Branchen E-Commerce und Messewesen gearbeitet. Sie unterstützt Kunden mit einer Vielfalt an Webinaren.



Internationalität

Go Global! Viele haben nur ein müdes Gähnen übrig für das Trendwort der 90er Jahre – Internationalisierung. Heute ist sie aber Fakt für den deutschen Mittelstand, der sich immer mehr auf dem Weltmarkt durchsetzen muss, wo aggressive „Preiskämpfer“ angreifen. Wo aber auch neue Absatzmärkte und Produktionsstandorte schlummern, die auf eine Erschließung warten. Als weltweit aktiver, mittelständischer Konzern kennt Comarch diese Realität und kann sich in hiesige KMUs hineinversetzen.

Die Internationalität eines multinationalen Unternehmens spiegelt sich auf der einen Seite im Austausch wider. Länderübergreifend können die Kollegen zusammenarbeiten. So fließen zum Beispiel die Erfahrungen aus einem Projekt in Frankreich in das Wissen des polnischen Kollegen mit ein, der vor Ort ähnliche Herausforderungen löst. Ein Beispiel für den Austausch ist das Interview zu SFA auf Seite 77.

International heißt erfolgreicher?

Erfolgsfaktor Internationalisierung: Was für große Unternehmen schon lange zu einer Selbstverständlichkeit gehört, wird auch für KMUs aus Deutschland, Österreich und der Schweiz zunehmend attraktiv. Auf der Suche nach neuen Absatzmärkten und Kooperationen wagt sich der Mittelstand über die Landesgrenzen hinaus. Ein Risiko, das sich lohnt. Laut einer Studie des internationalen Forschungsunternehmens IHS sind international agierende Firmen im Schnitt erfolgreicher als

Konkurrenz, die sich allein aufs Inland beschränkt. Natürlich will der Schritt ins Ausland gut überlegt und vorbereitet sein. Ein besonderes Augenmerk sollte dabei auf die bestehenden IT-Systeme gelegt werden.

Go international – die Software macht's

Erfolgreiche Unternehmen suchen oftmals nach einem Weg, neue internationale Märkte zu erschließen. Die Basis dafür sind flexible IT-Lösungen, die diese Option jederzeit offen halten.

Mit Comarch ERP können Unternehmen zum „Global Player“ werden – wenn sie es noch nicht sind. Comarch ERP passt sich den jeweiligen Situationen im entsprechenden Land oder der entsprechenden Region an, um so die Wirtschaftlichkeit und Wettbewerbsfähigkeit eines Unternehmens zu garantieren.

Die Comarch-ERP-Technologie vereint den Einsatz der koordinierten Weltzeit (UTC) mit den Vorzügen eines international festgelegten digitalen Codes (Unicode) und generiert somit Unabhängigkeit in Hinblick auf die länderspezifischen Zeitzonen und Zeichensätze.

Eine breite Auswahl von Sprachversionen ebnet Unternehmen den Weg, erfolgreich länderübergreifende Resultate zu erzielen. Dabei lässt sich frei zwischen Anzeige-, Berichts-, Inhalts-, Korrespondenz-, Entwicklungs- und Konfigurationssprache wählen. Die Anzeigesprache ist derzeit bereits in den folgenden Sprachversionen verfügbar: Deutsch, Englisch, Französisch, Italienisch, Chinesisch, Russisch, Niederländisch, Ungarisch, Slowa-

kisch, Slowenisch, Kroatisch, Polnisch und Tschechisch.

Darüber hinaus erleichtern die integrierten Ländervarianten ein effizientes Management für die DACH-Region, Polen und Tschechien, da die jeweiligen Spezifikationen des Landes vorausschauend berücksichtigt werden. Die Mehrwährungsfähigkeit von Comarch ERP ermöglicht eine Eingliederung von bis zu drei Hauswährungen. Der Einsatz unterschiedlicher Wechselkursverwendungen (Geld-, Brief- und Mittelkurs; Gültigkeitsdatum mit Zeitpunkt) und unterschiedlicher Belegwährungen erlaubt ein nahezu uneingeschränktes internationales Agieren innerhalb eines Unternehmens.

Mit Multisite kann ein Unternehmen eine zentrale Stammdatenpflege steuern, die aber auch flexibel Datenindividualisierung in einzelnen Unternehmensstandorten oder Organisationseinheiten ermöglicht. Zudem ist durch Multisite ein unternehmensübergreifendes Lagerbestandsmanagement bis hin zu zentraler Beschaffung und Verteilung der Ware an unterschiedlichen Standorten möglich. Bei all den unternehmensübergreifenden Logistik-Bewegungen werden notwendige interne Verrechnungen (Intercompany-Prozesse) automatisch erzeugt. Das ist erheblich mehr als „Mehrmandantenfähigkeit“.



Marcus Sümnick
Vorstandsmitglied
Comarch
marcus.suemnick@comarch.com

Marcus Sümnick ist im Vorstand bei Comarch. Der Diplom-Betriebswirt verfügt über langjährige Erfahrung im ERP-Bereich und hat Projekte bei zahlreichen Unternehmen, vom Großkonzern bis hin zu kleineren Mittelständlern, verantwortet. Er besitzt ausgeprägte Kenntnisse der Branchen High-Tech-Industrie, Nahrungs- und Genussmittelindustrie sowie Handel.

Innovation

Jedes Jahr blickt die IT-Welt nach Hannover. Auf der CeBIT werden Trends und Innovationen vorgestellt. Vorne mit dabei sind die Software-Lösungen des forschenden Unternehmens Comarch.

Comarch ist ein Full-Service-Anbieter, der Lösungen für mittelständische Unternehmen aus einer Hand anbietet, z.B. ERP, ECM, EDI, BI, Financials, CRM & Marketing, SFA, FSM, HR sowie Infrastruktur- und Cloud-Services. Neben der stetigen Weiterentwicklung dieser bestehenden Produkte kommen immer wieder neue dazu.

Diese neuen Lösungen werden im Rahmen der CeBIT vor einem großen Fachpublikum vorgestellt, so zum Beispiel die neue Salesforce-Automation-Software für mobilen Vertrieb, die kurz darauf mit einem IT-Innovationspreis ausgezeichnet wurde.

Innovation, der Blick in die Zukunft, was der Mittelstand morgen benötigen könnte, dies stellt das Zentrum der Entwicklungsbemühungen im Hause Comarch dar. In den High-Tech-Labors brüten Business-Experten, Branchen-Spezialisten und Entwickler zusammen aus, welche zukünftigen wirtschaftlichen Bedürfnisse sich auf erfinderische Art lösen lassen und was, wann, wo und wie technisch möglich ist.



Das kostet Geld. Gründer und Geschäftsführer Janusz Filipiak hat Comarch 1993 an der Universität Krakau aus der Taufe gehoben und investiert alljährlich rund 12 Prozent der Einnahmen in Forschung & Entwicklung.

Innovation – Blick über Grenzen

Having already created transaction analytics for social engagement, the next step for Comarch is changing location-based activities into measurable conversions – and Internet of Things makes that possible. "Digitizing the real world," as Prof. Janusz Filipiak describes it, is a natural progression for Comarch. He revealed that Comarch has committed to integrating IoT with its solutions and is currently developing beacon prototypes, expected to be market-ready by the end of 2014.



Björn Johansson

Comarch ERP Enterprise

bjorn.johansson@comarch.com



Bundeskanzlerin Merkel besucht Comarch auf der CeBIT



Der Baum steht für Wachstum und Flexibilität: Auch kleine Firmen können groß werden, weil sie flexibler wachsen als „schwere alte Eichen“



Software live ausprobieren, Kunden wie KIK oder B&K mit einem mitgebrachten BMW kennenlernen, mehr über Branchen, Prozesse, Funktionen, Kosten, Nutzen und ROI erfahren, Politiker treffen, interessante Gespräche führen und viele Ideen mit nach Hause nehmen: Das bietet Comarch auf der CeBIT.





Karriere, Stipendien und Workshops

Innovation heißt Zukunft gestalten. Deshalb fördert Comarch junge Talente bereits während des Studiums. Daneben erweitert die IT-Firma stetig ihr Experten-Team.

Talente fördern

Comarch gestaltet zum Beispiel in Zusammenarbeit mit der Hochschule Reutlingen Praxis-Workshops und beteiligt sich am Stipendienprogramm für Studierende der renommierten Hochschule. Bei der Verleihung des Deutschlandstipendiums werden besonders begabte Studierende mit einer Förderung geehrt.

„Wir freuen uns sehr, auf diese Weise junge Menschen von heute und die Spitzenkräfte von morgen fördern zu können“, sagt Frank Siewert, Mitglied des Vorstands bei Comarch über die Preisverleihung.

Auch an den Comarch-Standorten in München und Dresden sind Kooperationen mit den dortigen Universitäten und Hochschulen geplant.

Personalmarketing bei Comarch

Comarch hat eine eigene Karriere-Website und ist bereits auf verschiedenen Arbeitgeber-Plattformen im Internet zu finden. Zudem sind ständig verschiedene Aktionen geplant. Dazu zählen beispielsweise die Organisation von Expertenvorträgen, Karriere-Veranstaltungen oder Sponsoring-Aktionen an verschiedenen Hochschulen.





Karriere gestalten

Comarch bietet erfahrenen Spezialisten genauso wie den jungen „Experten von Morgen“ die Möglichkeit, ihre Karriere in einem zukunftsorientierten Unternehmen zu gestalten. Dabei ist Comarch immer interessiert an qualifizierten Persönlichkeiten, vor allem in den Bereichen Softwareentwicklung, Vertrieb, Consulting, Marketing und Verwaltung. Berufseinsteiger werden bei Comarch von Anfang an ins Team eingebunden. Nach einer intensiven Einarbeitung übernehmen sie schon frühzeitig verantwortungsvolle Aufgaben, damit sich die jungen Mitarbeiter bestmöglich fachlich und persönlich weiterentwickeln können.

Auch Praktikanten oder Werkstudenten können durch konkrete Einblicke in das Geschäft von Comarch ihre Kompetenzen erweitern und ausbauen. Comarch ist seit der Gründung sehr stark mit der Wissenschaft verbunden. Das erste Praktikumsprojekt fand im Jahre 2003 statt. Bis heute nahmen fast 2.000 Studenten aus den Bereichen Informatik und Wirtschaft aus mehreren europäischen Ländern an diesem Programm teil.

Das Erfolgsgeheimnis des Unternehmens sind die Begeisterung und Aufgeschlossenheit der Mitarbeiter sowie ihre hohe Motivation.

Was die Mitarbeiter von Comarch sagen, können Sie im Employer Branding Video sowie in den Recruiting-Filmen zu den Stellen Presales Consultant und Softwareentwickler auf der Karriereseite sehen.



www.karriere.comarch.de



Kathrin Kriesch
*Online Marketing & Communication Manager
 Comarch
kathrin.kriesch@comarch.com*

Kathrin Kriesch ist in den sozialen Netzwerken zu Hause und gestaltet als Social Media Redakteurin die Profile auf Xing, Google+ und Co. Dabei ist sie auch im Personalmarketing aktiv und für Comarch beispielsweise auf verschiedenen Hochschulfestivals unterwegs.



Janina Hänsel
*Redaktion Mittelstand Kompakt
janina.haensel@comarch.com*

Die belesene Wirtschaftswissenschaftlerin hat umfassende Erfahrungen in den Bereichen IT Services, EDI und ERP gesammelt. Ihr Schwerpunkt liegt dabei auf der digitalen Welt der Wirtschaft.

Mehr als Mittelstand

Als Anbieter von Business-Software für den Mittelstand hat sich Comarch einen Namen gemacht. Der Konzern hat aber viele Standbeine und gehört in den Bereichen Telekommunikation, Banken, Versicherungen und E-Health zu den Großen der Branche. Die Kompetenz reicht also nicht nur in die Tiefe, sondern auch in die Breite. Das Know-how aus tausenden solcher Großprojekte fließt zurück in Kundenprojekte bei KMUs.



Der unterschätzte Nachbar

Capital

WIRTSCHAFT IST GESELLSCHAFT

Auszug aus: Capital 10/2014, S. 62-69, Autor: Andrzej Rybak

Wir wollen expandieren!

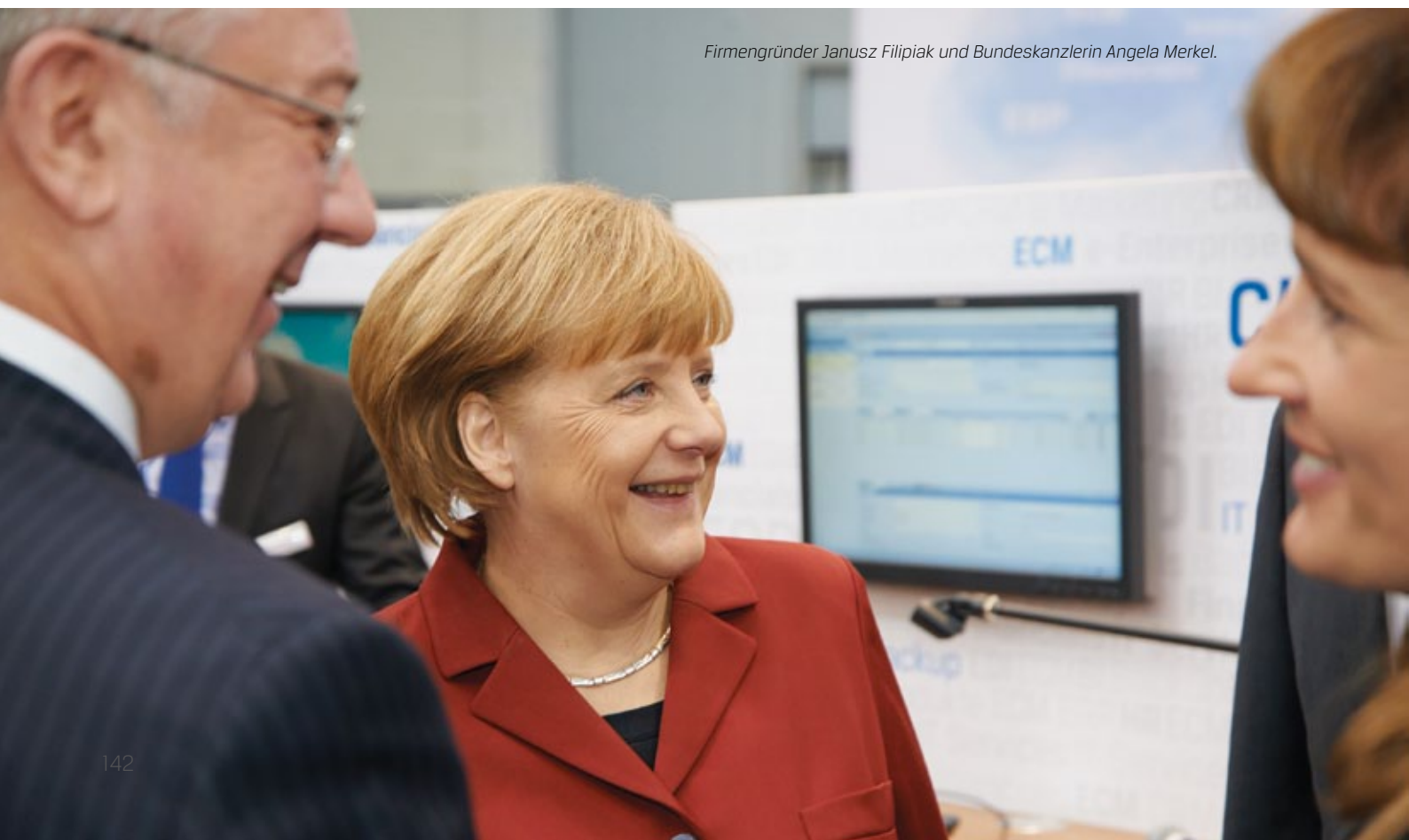
Krakau im Sommer, neben dem Campus der Technischen Hochschule. Hier, am Rande des alten Stadtflughafens, stehen fünf moderne Büroblocks, in denen fast 3.000 Programmierer und Softwareentwickler arbeiten. Mittags strömen junge Menschen in die elegante Mensa oder sitzen vor dem Springbrunnen. Sie rennen, albern, Lachen hallt von Wänden, die mit Bildern des bekannten polnischen Künstlers Rafal Olbinski geschmückt sind.

Ein Hauch von Palo Alto weht hier, in der Zentrale von Comarch. „Natürlich hätten wir auch etwas sparsamer bauen können“, sagt Janusz Filipiak, der Gründer des IT-Unternehmens, und lächelt. „In einer schönen Umgebung lässt sich aber viel besser denken.“

Filipiak sitzt in seinem riesigen Büro voll afrikanischer Skulpturen und schwerer Möbel aus edlem Holz. Sein hellblaues Hemd trägt er offen, sein rundes Gesicht schmückt eine Brille mit schwarzem Rand.

Er hat es geschafft; mit einem Privatvermögen von 425 Mio. Zloty (rund 100 Mio. Euro) belegt er Platz 64 in der Top 100 der reichsten Polen, besitzt ein Restaurant in Krakau und den Fußballclub Cracovia. Mit seiner Frau hält er 43 Prozent an Comarch – einem Hidden Champion in diesem Hidden-Champions-Land. Comarch gehört inzwischen zu den großen europäischen Softwarehäusern. Das Unternehmen ist in 20 Ländern präsent und erzielte 2013 einen Umsatz von 225 Mio. Euro. Zu seinen Kunden zählen die Deutsche Telekom, E-Plus und O₂, Banken wie Unicredit und BNP Paribas.

Firmengründer Janusz Filipiak und Bundeskanzlerin Angela Merkel.





Rund 300 Millionen Handybesitzer in Europa nutzen Abrechnungssysteme von Comarch, über drei Millionen Bankkunden greifen auf Technik der Polen beim Internetbanking zurück. 2008 hat Comarch sogar eine deutsche Firma übernommen, SoftM in München, 2013 wurde ein eigenes Data Center in Dresden eröffnet. „Der polnische Markt ist zu klein für uns geworden“, sagt der 62-jährige Filipiak. „Also suchten wir die Rettung in internationaler Expansion.“

Wieder so ein Satz, den man kaum in Polen vermutet.

In Zeiten des Kommunismus arbeitete Filipiak als Professor an der renommierten AGH-Hochschule in Krakau. Schon in den 1980er Jahren entwickelte er elektronische Zahlungssysteme, hat an Hochschulen in Paris und in Australien gearbeitet. 1993 gründete er Comarch, um eine Kundendatenbank für den staatlichen Telekomkonzern zu erstellen. Die Großen der Branche, darunter HP oder IBM, nahmen ihn erst nicht ernst. „Am Anfang haben wir von den niedrigen Gehältern der Programmierer profitiert“, sagt Filipiak, der in der Firma meist nur

„Professor“ genannt wird. Viele seiner ersten Mitarbeiter hatten unter ihm studiert. Die Zeit der Billiglöhne aber sei vorbei, heute verdienen gute Leute kaum weniger als in Westeuropa. Dennoch floriert der Standort. „Polen ist eine IT-Goldgrube“, sagt Filipiak. „Es gibt kaum ein anderes Land in Europa, in dem man so viele exzellente Softwareentwickler und talentierte Programmierer findet.“

Woher kommt der Nachschub? Ein Baustein findet sich in der polnischen Mathematiktradition, das Land hat im 20. Jahrhundert viele große Mathematiker hervorgebracht. Bis heute zählen Mathematik und Informatik zu den beliebtesten Studiengängen. Überhaupt wird Bildung in der polnischen Gesellschaft große Bedeutung zugemessen. Derzeit studieren mehr als die Hälfte der jungen Polen zwischen 18 und 24 Jahren an einer Hochschule. Zwar sind die Ausgaben für Bildung pro Kopf noch um die Hälfte niedriger als in Deutschland, doch in internationalen Tests wie PISA schneidet Polen besser ab als viele westeuropäische Länder.

Ironischerweise können die Polen sogar von der Erfahrung des Kommunismus etwas profitieren, einem System, das sich nie so richtig tief eingraben konnte in das Land, ja, das nie zu Polen passte. „Die meisten von uns sind ehrgeizig“, sagt Filipiak. „Wir haben durch den Krieg und den Kommunismus viele Jahrzehnte verloren. Nun wollen wir uns selbst und der Welt zeigen, wozu wir fähig sind.“

Und dann lässt er noch ein Wort fallen, vielleicht sogar ein Schlüsselwort: Einstellung. Das sei der größte Wettbewerbsvorteil. „Die jungen Polen sind ehrgeizig und hungrig, sie wollen im Leben etwas erreichen und packen es an. WorkLife-Balance ist für sie kein Thema, die Arbeit kommt zuerst.“

15 Prozent in Forschung

Dieser Hunger nach Aufstieg und Wohlstand erinnert an Deutschland in den 50er- und 60er-Jahren. Und er hat sich herumgesprachen: Immer mehr ausländische Konzerne, darunter Google und Cisco, bauen in Polen ihre Aktivitäten aus, loben den Fleiß ihrer Belegschaften.

Aber auch im Management sind in den letzten Jahren Veränderungen eingetreten. Während Anfang der Neunziger viele Gründer vor allem schnell Geld verdienen wollten, denken Unternehmer heute oft eher langfristig. Wie Filipiak, der seit Jahren zehn bis 15 Prozent der Einnahmen in Forschung und Entwicklung steckt.

Auch das Platzen der Internetblase im Jahr 2000 ging an dem damals schon börsennotierten Unternehmen fast spurlos vorbei. „Wir passen unsere Strategie immer wieder den Marktentwicklungen an“, sagt Filipiak. „Während der Finanzkrise konnten wir von dem Telekom-Geschäft und den ERP-Buchhaltungssystemen profitieren, nun haben wir andere Standbeine, sind führend bei Treue- und Loyalitäts-Programmen.“ Als das nächste große Geschäftsfeld gilt Telemedizin. Seit 2008 inves-





tierte Comarch 25 Mio. Euro in die Entwicklung medizinischer Software-Anwendungen. Zurzeit läuft in Krakau ein Pilotprojekt, bei dem die Langzeit-EKGs mehrerer Herzpatienten in Echtzeit an das Rechenzentrum übermittelt und automatisch analysiert werden. Bei Unregelmäßigkeiten schlägt die Software Alarm, das Personal kann sofort Rettungsmaßnahmen veranlassen. „Wir leben in einer alternden Gesellschaft, die Pflegekosten explodieren“, sagt Filipiak. „Die Computer können vieles effizienter machen. Wir wollen den Weg dafür bereiten.“

Im Kontrollzentrum von Comarch, von dem alle Systeme und Einrichtungen überwacht werden, sieht es aus wie bei der NASA: Dutzende farbige Monitore hängen an der Wand, auf denen Balken, Linien, und Karten flimmern. Fällt irgendwo auf der Welt die Software aus, wird sofort ein Back-up zur Verfügung gestellt. „So ein Kontrollzentrum ist ziemlich einmalig“, sagt ein Mitarbeiter. „Damit können wir schneller reagieren als die Konkurrenz.“

Andrzej Rybak / Capital / Picture Press

Comarch in Zahlen

- Ein globales Softwarehaus und Anbieter von innovativen IT-Produkten und Dienstleistungen
- Von der europäischen Kommission als innovativstes Unternehmen ausgezeichnet
- Mit polnischen Wurzeln – Hauptgeschäftssitz in Krakau
- Mehr als 20 Jahre Erfahrung und Kompetenz
- Über 4.000 Mitarbeiter weltweit
- Umsatz 2013: EUR 222,9 Mio.
- Realisierung tausender Projekte weltweit für mehr als 85.000 Kunden

Telekommunikation

Seit seiner Gründung 1993 unterstützt Comarch Telekommunikationsunternehmen mit innovativen Softwarelösungen für die Geschäftsprozesse und den Netzbetrieb. Heute versorgt eines der leistungsfähigsten Expertenteams Europas Kunden mit Softwarelösungen, ihren passgenauen Implementierungen und ihrem Betrieb. Der Erfolg von Comarch basiert dabei auf der Spezialisierung der Entwicklung für den Telekommunikationsmarkt, der gelebten Kundennähe und der ständigen Weiterentwicklung der Softwarelösungen und Dienstleistungen. Zu Comarchs Telekommunikationskunden zählen daher Vodafone, Deutsche Telekom, Telefónica Deutschland, die E-Plus Gruppe, sowie KPN und die Telekom Austria; aber auch eine große Zahl kleiner Telekommunikationsunternehmen basiert ihre Geschäftsprozesse auf Softwarelösungen von Comarch.



Der Telekommunikationsmarkt ist seit Jahren im Wandel. Preisdruck, technische Neuerungen, regulatorische Rahmenbedingungen, neue Marktteilnehmer („Over-the-top player“) und nicht zuletzt die immens steigenden Anforderungen der Endkunden üben einen gewaltigen Innovations- und Transformationsdruck auf die Telekommunikationsbranche aus.

Comarch hat sein Know-how und seine Expertise in der Telekommunikation mit der aus anderen Geschäftsbereichen gebündelt und es so geschafft, auf die neuen Anforderungen zu reagieren und Mehrwert zu bieten; so zum Beispiel in den Bereichen der Machine-zu-Machine-Kommunikation und Cloud-Diensten.

Die klassischen Software-Lösungen, speziell in der Betriebsunterstützung (Operations Support System, kurz „OSS“ genannt) und der Geschäftsunterstützung (Business Support System, kurz „BSS“ - genannt), sind mittlerweile hochgradig standardisiert und modularisiert. Damit erlauben sie eine schnelle und

kostengünstige Integration in bestehende Systemlandschaften. Mit erweiterten Dienstleistungen, wie die der Business-Transformation-Beratung, unterstützt Comarch bei der optimalen Anpassung der Geschäftsprozesse an die neue Realität in der Branche.

Der Nutzung der Comarch-Systeme sind dabei keine Grenzen gesetzt. Egal ob Netzbetreiber, multi-nationaler Betreiber oder Stadtwerke, Mobilfunk-, Breitband- oder Weitverkehrsnetz, ob Wiederverkäufer oder anderweitig innovativer Marktteilnehmer – Comarch hat die passenden Softwarelösungen.

Die BSS / OSS-Lösungen von Comarch wurden unter anderem mit dem renommierten Golden Antenna Award als bestes Produkt, dem World BSS Award oder dem Pipeline's 2013 Innovation Award ausgezeichnet. Die größte Auszeichnung für Comarch ist jedoch immer noch die Zufriedenheit und Treue der Kunden.

Comarch OSS-Lösungen umfassen die Netzbetriebsfunktionen wie Fault Management, Resource & Service Inventory, Service Fulfillment, Service Management, Service Level Management, Customer Experience Management, Service Quality Management, Service Activation und Network Planning.

Die BSS-Lösungen von Comarch umfassen die Geschäftsprozessfunktionen wie Customer Relationship Management, Billing, Char-

ging, Rating, zentrales Produkt Management, aber auch Field Service Management und Loyalty Management.

Des Weiteren bietet Comarch gebündelte Lösungen wie eine M2M-Plattform, Cloud-Service-Management, sowie eine Smart BSS Suite und Order-to-cash Automation.



www.comarch.de/loesungen-fuer-telekommunikation



Kai Lehmann
Leiter Vertrieb
Comarch AG
kai.lehmann@comarch.com

Als Diplom Ingenieur für Nachrichtentechnik ist Kai Lehmann Experte in Sachen Telekommunikation. In seiner 12-jährigen Berufslaufbahn in der Beratung und dem Vertrieb für komplexe Telekommunikations-Softwarelösungen legt er immer Wert auf den direkten Kontakt mit seinen Kunden und innovative, nachhaltige Lösungen.

Banken

Im Bereich Banking verfügt Comarch sowohl über Angebote für das Bankgeschäft mit Unternehmenskunden als auch mit Privatkunden und Kleinstunternehmen. Die Orientierung am Kunden steht im Zentrum der Lösungen.

Bankgeschäft mit Privatkunden

Comarch zeichnet sich aus durch eine innovative Herangehensweise an Multi-Channel-Banking und -Marketing und gibt Banken Anregungen für ihre Kunden, die unterschiedliche Kanäle nutzen. Die Lösungen von Comarch helfen Investoren, eine neue Bank mit begrenzter Investitionshöhe zu gründen. Auch für Multi-Banking und die Anbindung mehrerer Länder hat Comarch Lösungen entwickelt.

Die Comarch Smart Finance Multichannel Platform ist eine kundenorientierte Front-End-Plattform, die von PFM-Tools unterstützt wird und Banken ermöglicht, eine ideale Umgebung für Omni-Channel-Banking zu schaffen. Dafür stehen Online-Banking, Mobile-Banking, Intelligente Filialen, Contact-Center und Lösungen für Social Media zur Verfügung.

Comarch Core Banking ist ein Kernbankensystem, das rund um die Uhr zur Verfügung steht, mehrere Zeitzonen abdeckt und Multi-Banking-Fähigkeiten bietet.

Wenn Banken das Engagement ihrer Kunden stärken möchten, werden sie von Comarchs innovativem Multi-Channel-Marketing- und Kundenbindungssystem unterstützt, das die Multi-Channel-Plattform um intelligentes Kunden-Engagement und Online-Produktangebote ergänzt. (Lesen Sie dazu auch den Artikel zu CRM bei der Mercedes-Benz-Bank auf Seite 104)

Größere Flexibilität bei Reporting- und generischen Modellen für Vertrieb, Controlling und Pflichtberichterstattung für Banken stellt die Lösung Comarch Banking Data Warehouse bereit.



Bankgeschäft mit Unternehmenskunden

Comarch bietet Front-End-Lösungen für Bankkunden. Sie umfassen die Bereiche Online-Banking, Mobile-Banking, Handelsfinanzierung, Online-Dienstleistungen und Factoring.

Das Internetbanking für Unternehmenskunden entwickelt sich zunehmend von einer informationsgeprägten Ausrichtung hin zu Aktionsorientierung. Modernste Technologien, verbunden mit tiefgreifendem Verständnis der steigenden Erwartungen von Unternehmenskunden, ermöglichen die Einführung neuer Onlineplattformen, die zahlreiche bisherige Probleme der Banken beheben. So wird das Unternehmenskundengeschäft nicht mehr durch unterschiedliche Logins für verschiedene Services unterteilt. Die Unternehmenssparte der Banken beginnt zudem, auch die Erwartungen der Generation Y zu berücksichtigen, die neue Anforderungen im Bereich der Mobilität stellt.

Comarch Business Mobile Banking

Bei der Entwicklung von mobilen Anwendungen für Unternehmenskunden sind die Bedürfnisse eben dieser Unternehmen zu berücksichtigen, nicht die von Privatkunden. Dabei ist außerdem zu beachten, dass es verschiedene Gruppen von Unternehmenskunden gibt, die jeweils eigene Erwartungen haben. Kleine und Kleinstunternehmen lassen sich nicht mit großen Konzernen vergleichen. Beide Gruppen setzen Mobile-Banking-Anwendungen zu vollkommen unterschiedlichen Zwecken ein. Dies sollte sich in dem mobilen Angebot widerspiegeln.

Comarch Host2Host Banking (H2H) stellt eine neue, komfortable Möglichkeit für Unternehmen dar, Bankgeschäfte und

Massentransaktionen über einen Webservice abzuwickeln. Der mit dem System bereitgestellte innovative Service ermöglicht Zweiwegkommunikation zwischen der unternehmensseitig eingesetzten Software und der Banksoftware. Die Kommunikation erfolgt über den Standard ISO 20022, der von den meisten auf dem Markt erhältlichen ERP-Systemen einfach umgesetzt werden kann.

Bei der Plattform Comarch Trade Finance handelt es sich um eine webbasierte Lösung, mit der Transaktionen der Handelsfinanzierung vollständig abgewickelt werden können. Sie lässt sich als Stand-Alone-Plattform in vorhandene Online-Bankingsysteme integrieren oder als Modul der Comarch Business Banking Suite einsetzen.

Comarch Factoring ist eine webbasierte Plattform für die vollständige Abwicklung von Factoring-Transaktionen. Dank der Verwendung der neuesten verfügbaren Webtechnologien bietet die Software den Nutzern reichhaltige Funktionalitäten für die tägliche Transaktionsverarbeitung. Die Nutzer können zu jeder Zeit Rechnungen verwalten und den Inkassostatus prüfen.

Technik und Gespür für Menschen

Die Lösungen sind technisch innovativ und ganz darauf ausgerichtet, die Wünsche und Bedürfnisse der Kunden von Banken zu erfüllen.



www.comarch.de/loesungen-fuer-banken

Versicherungen

Versicherer werden von Comarch mit innovativer Software und kundennahen Lösungen unterstützt, die sich an den Bedürfnissen von Kunden orientieren.

Comarch Life Insurance ist eine Lösung, die die Prozesse bei einer Lebensversicherungsgesellschaft unterstützt. Das System berücksichtigt die Bedürfnisse der Unternehmen in Bezug auf moderne Vertriebskanäle, und zwar: Bankassekuranz, Internet und Telefon, internes und externes Vertriebsnetz, Finanzvermittlungen.

Comarch NonLife Insurance ist eine IT-Lösung, die die Prozesse in einer Sach- und Unfallversicherungsgesellschaft umfassend unterstützt. Der Umfang der Implementierung kann entweder alle Module und Produktlinien oder nur die vom Versicherungsunternehmen ausgewählten funktionellen Bereiche und Produkte beinhalten.

Der Versicherungsmarkt unterliegt ständig neuen Entwicklungen. Die Bedürfnisse der neuen Kunden wachsen ebenfalls sehr schnell. Neue Vertriebskanäle müssen geschaffen werden. Kunden wünschen eine bessere Betreuung. Sie benötigen neue Kommunikationskanäle und immer und überall Zugang zu Policen und Versicherungsleistungen. Die Möglichkeit, Kunden ein nutzerfreundliches und leicht zu handhabendes Selbstverwaltungsterminal zu bieten, ist für Versicherungsgesellschaften eine große Herausforderung. Die Entwicklung mobiler Technologien und eine wachsende Nutzerzahl eröffnen dabei neue Geschäftsmöglichkeiten. Ebenso ist es eine Herausforderung für Unternehmen, neue Tools und Lösungen zu erkennen, mit denen sie den Bedürfnisse der modernen Kunden gerecht werden. Comarch Mobile Insurance wurde erstellt, um auf diesen Bedarf zu reagieren und Versicherungsgesellschaften zu unterstützen.

Comarch Insurance Agent Portal, eine webbasierte Lösung für Versicherungsgesellschaften und deren Vertriebsnetz (Vertreter, Maklerbüros, Makler, Banken, Callcenter und Direktvertrieb), ist Bestandteil der umfassenden Comarch-Front-

End-Lösung für das Versicherungsgeschäft. Das System unterstützt den Vertrieb und die Betreuung der Versicherungsprodukte (sowohl Vermögens- und Unfallversicherung als auch Lebens- und Rentenversicherung). Die Anwendung bietet eine weitgefassete Funktionalität, die auf das Multi-Channel-Vertriebsmodell zugeschnitten ist und das Netzwerk aus Vertretern sowie Maklerbüros und das Verkaufspersonal, das mit den Versicherungsgesellschaften zusammenarbeitet, umfasst. Ihre Funktionen decken alle wichtigen Versicherungsvorgänge ab: von der Angebotserstellung und der Antragserfassung bis hin zur Ausfertigung der Police und der weiteren Kundenbetreuung.

Comarch Mobile Insurance Advisor ist eine Lösung, mit der Versicherungsvertreter und Berater über ein umfassendes Tool zur Unterstützung des Verkaufs auch der ausgereiftesten Versicherungsprodukte einschließlich Investmentpolicen verfügen. Es deckt den gesamten Vertriebsprozess ab - von der Identifizierung des Kunden und der Bedarfsanalyse über Simulationen und Angebote, Anlageberatung bis hin zur Erstellung und Unterzeichnung des Antrags.

Comarch Mobile Claims Adjuster ist eine Lösung für Sachversicherungsgesellschaften, die ihr eigenes Mitarbeiternetz für Schadensprüfungen im Außendienst haben. Das System ermöglicht den Schadensregulierern im Außendienst die Verwaltung von Schadensfällen, wie die Bestimmung zuständiger Schadensgutachter je nach deren Qualifizierung und Verfügbarkeit, die Beurteilung der besten Fahrtrouten sowie das Reporting unter Verwendung der Leistungsindikatoren.



www.comarch.de/loesungen-fuer-versicherungen

E-Health – Wie werden wir morgen gepflegt?

Comarch verfolgt die Entwicklungen im modernen Gesundheitswesen und verfügt über entsprechend ausgebildetes Personal und Fachwissen. Zudem hat das Unternehmen ein großangelegtes Studienprogramm zu IT und Medizin ins Leben gerufen. Comarchs Angebot verbindet IT-Lösungen und medizinische Geräte. Ziel des Unternehmens ist es, Kompetenzen medizinischer Einrichtungen, Telekommunikationsunternehmen und telemedizinischen Mehrwert miteinander zu verbinden.

Alle von Comarch e-Health entwickelten Lösungen werden vom Ärzteteam des mit Comarch verbundenen medizinischen Versorgungszentrums – iMed24 – geprüft. Sämtliche Anwendungen und Systeme werden mit Hilfe erfahrener Klinikärzte entwickelt, die die praktische Anwendung der Lösungen befürworten müssen und ihre Entwicklungsrichtung vorgeben. Auf diese Weise wird gewährleistet, dass die von Comarch e-Health angebotenen Produkte alle Anforderungen und Standards des Marktes für Medizintechnik erfüllen.



Zu den unbestrittenen Vorteilen dieser Produkte zählen Erfassung, Verarbeitung und Archivierung großer Datenmengen sowie schneller Fernzugriff auf diese Daten, die Ausstattung medizinischer Einrichtungen mit moderner IT sowie moderne Bildgebende Diagnostik und Telebetreuung. Damit bieten Comarchs Lösungen also nicht nur Kommunikation, sondern ermöglichen Patientenfernüberwachung und die Koordinierung von Rettungsmaßnahmen.

- Comarch e-Health umfasst:
- Electronic Health Record
- Comarch Teleradiology
- Telemedizin und Fernbetreuung
- Comarch MedNote



Andreas Gruhl

Account Manager
Comarch

andreas.gruhl@comarch.com



www.comarch.de/e-health

Referenzen

Im letzten Kapitel des Experten-Ratgebers kommen noch einmal die Experten der Branchen zu Wort: Einige der weltweit über 85.000 Kunden von Comarch, die wissen, wie der Hase in ihrer Branche läuft und die Comarch mit IT-Lösungen unterstützen darf.





Meinungen und Stimmen

Die letzte Ausgabe von Mittelstand Kompakt gehörte den Kunden von Comarch. Hier sprachen Vertreter aus fünf Branchen über ihre Erfolgsgeschichte und ihre Lösungen. Aus Magazin Nummer 6 stammen auch die folgenden Zitate:

FALKE hat sich für Comarch und ImPuls entschieden, weil hier eine Branchenlösung aufgebaut wurde, deren Basis ein performantes Standard-ERP-System ist. Die Erweiterung des ERP um die Kategorie E-Business ist konsequent, da dieses Business in der Comarch-ERP-Lösung integriert ist und damit ohne zusätzliche Schnittstellen auskommt

F A L K E

Dr. Frank Kirchner, Personal, Recht, IT / HR, Legal affairs, IT

Mit der Firma Comarch und deren Mitarbeiter arbeiten wir schon sehr lange erfolgreich und gut zusammen. Wir sind froh darüber, mit der Firma Comarch einen verlässlichen Partner an unserer Seite zu haben.

darbo
Naturrein

Mag. Martin Darbo, Vorstandsvorsitzender

Wir haben uns ganz bewusst für eine internetbasierte und moderne Unternehmenssoftware entschieden: Comarch ERP hat alle unsere Erwartungen erfüllt und diese am Ende sogar übertroffen.

kik

Lars Nierfeld, Geschäftsführer

Unsere Kunden erwarten, dass "Die Bringmeister" immer frisch und pünktlich liefern und das geht nur mit einem sehr eng integrierten Webshop und Comarch ERP System.

Bringmeister.de
MARKET LEADER

Dr. Steffen Christ, Geschäftsführer

Es hat sich schon bei der Online-Evaluation gezeigt, dass Comarch rund 98 Prozent unserer Muss- und Kann-Kriterien mit dem Standard abdecken kann. ... Comarch hat zwar nicht den gleichen Dialekt gesprochen wie Kolma, aber sie haben verstanden, was wir wollen. ... Zudem haben wir mit Comarch ERP in allen Bereichen und Wertschöpfungsprozessen eine enorme Steigerung der Prozesseffizienz erzielen können.

kolma

Urs Neuenschwander, Bereichsleiter Ressourcen und IT-Projektleiter

In Comarch ERP findet man sich sehr leicht und sehr schnell zurecht. Deshalb war die Einführung relativ einfach für mich durchzuführen.

John

Markus Hirth, IT-Leiter / Controlling

Der Verkauf weiss nun genau, wie es um den Lagerbestand steht und hat beispielsweise auch Einsicht in die Produktionsplanung. Die Produktion wiederum ist über den Bedarf des Verkaufs informiert. Zusammengefasst lässt sich sagen, dass unsere Arbeitsabläufe mit der Einführung eines bereichsübergreifenden Systems sehr viel dynamischer und schneller geworden sind.



Bruno Nagy, IT-Leiter

Das Comarch-Loyalty-Management-System ist in der Lage, komplexe Bonus- und Programmmechanismen abzubilden und dabei dennoch flexibel zu bleiben.



Júlia Sandor, International Loyalty Managerin

Wir haben den Zeitaufwand für den Jahresabschluss um 50 Prozent verkürzt. Früher hatten wir ein eigenes Vertriebssystem mit einer einfachen Schnittstelle in die Finanzlösung. Wenn der Vertrieb dann andere Umsätze meldete als die, die der Finanzabteilung vorlagen, brauchte es manchmal Wochen, um dem auf den Grund zu gehen. Das war sehr mühsam. Jetzt sind die Zahlen auf Knopfdruck da und wir können uns mit Analyse beschäftigen – statt mit Abstimmung von Prozessen.



Eric-Jan Kaak, Head of Controlling & Information Services

Mit Comarch SFA konnten wir individuelle Module in verschiedenen Sprachen für unterschiedliche Länder umsetzen.



Alban Geißendörfer, Sales Development Manager On Trade

In den letzten Jahren sind wir sehr stark gewachsen und haben dadurch eine Vielzahl neuer Geschäftsbereiche erhalten, welche wir in einem einheitlichen ERP-System abbilden wollten. Zusätzlich zu diesen neuen Geschäftsbereichen haben wir Mitarbeiter, die nicht nur Deutsch, sondern auch Englisch, Französisch und Spanisch sprechen. Aus diesem Grund musste ein neues ERP-System eine ausgeprägte Multisite-Fähigkeit aufweisen sowie sprach- und zeitzonunenunabhängig funktionieren.



Rosmarie Zuber, Manager der Group IT Business Applications

Die eigentlichen Vorteile liegen erstens in der flexiblen Gestaltung und Nutzung der „Cockpits“ und zweitens in der „Offenheit“ des Systems. Wir wollten ein System, das möglichst viele Anbindungsmöglichkeiten bietet. Das ist mit Comarch ERP gegeben.



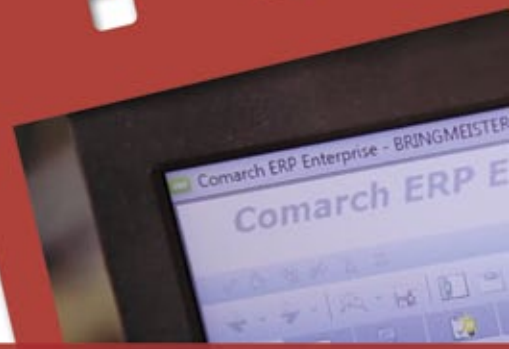
Familie Rayher

Die vollständigen Interviews finden Sie in der Interview-Sonderausgabe von Mittelstand Kompakt:



Filme und Fallbeispiele

Dass Software-Einsatz zur Beschleunigung von Prozessen so spannend ist wie die Wirtschaft selbst, das zeigen die Filme, die bei namhaften Unternehmen gedreht wurden. Bringmeister, Flumroc, John, KiK, Kolma, LXS-Bike und Victorinox öffneten ihre Tore und ließen ihre Prozesse filmen.



Die **John GmbH** hat es geschafft:
Der Familienbetrieb ist heute ein Global Player.



Der Webshop ist besonders kundenfreundlich.
Mit wenigen Klicks kann man die gewünschte Ware nach Hause bestellen.



www.wir-sprechen-kundisch.de



Täglich gehen Aufträge ein oder die Kunden wünschen tagesgenaue Auswertungen zu Lagerbeständen und Bestellsummen.



Als Schweizer Tradition
Victorinox höchste



Tag für Tag kommen Kolma Produkte in den zahlreichen Büros dieses Landes zum Einsatz: transparente Hüllen, Zeige- und Ringbücher,



Gute Qualität zum günstigen Preis
dafür steht eines der größten de



er, der Internet-Supermarkt von Kaiser's Tengelmann,
bringen Lebensmittel direkt nach Hause.



Die Experten

Hier noch einmal eine Übersicht über alle Autoren dieser Ausgabe. Bei Fragen zu den Artikeln und mehr stehen diese immer gerne zur Verfügung.

Joanna Zagrobelny
Online Trade Research Manager
Comarch
joanna.zagrobelny@comarch.com

Stefan Hanusch
Business Development Manager
Comarch
stefan.hanusch@comarch.com

Sabine Rieke
Academy Managerin
Comarch
sabine.rieke@comarch.com

Achim Maier
Consultant
Comarch
achim.maier@comarch.com

Maria Schepka
Loyalty Program Managerin
Comarch
maria.schepka@comarch.com

Susanne Dutzschke
Redaktion Mittelstand Kompakt
susanne.dutzschke@comarch.com

Magdalena Duda
Redaktion Mittelstand Kompakt
magdalena.duda@comarch.com

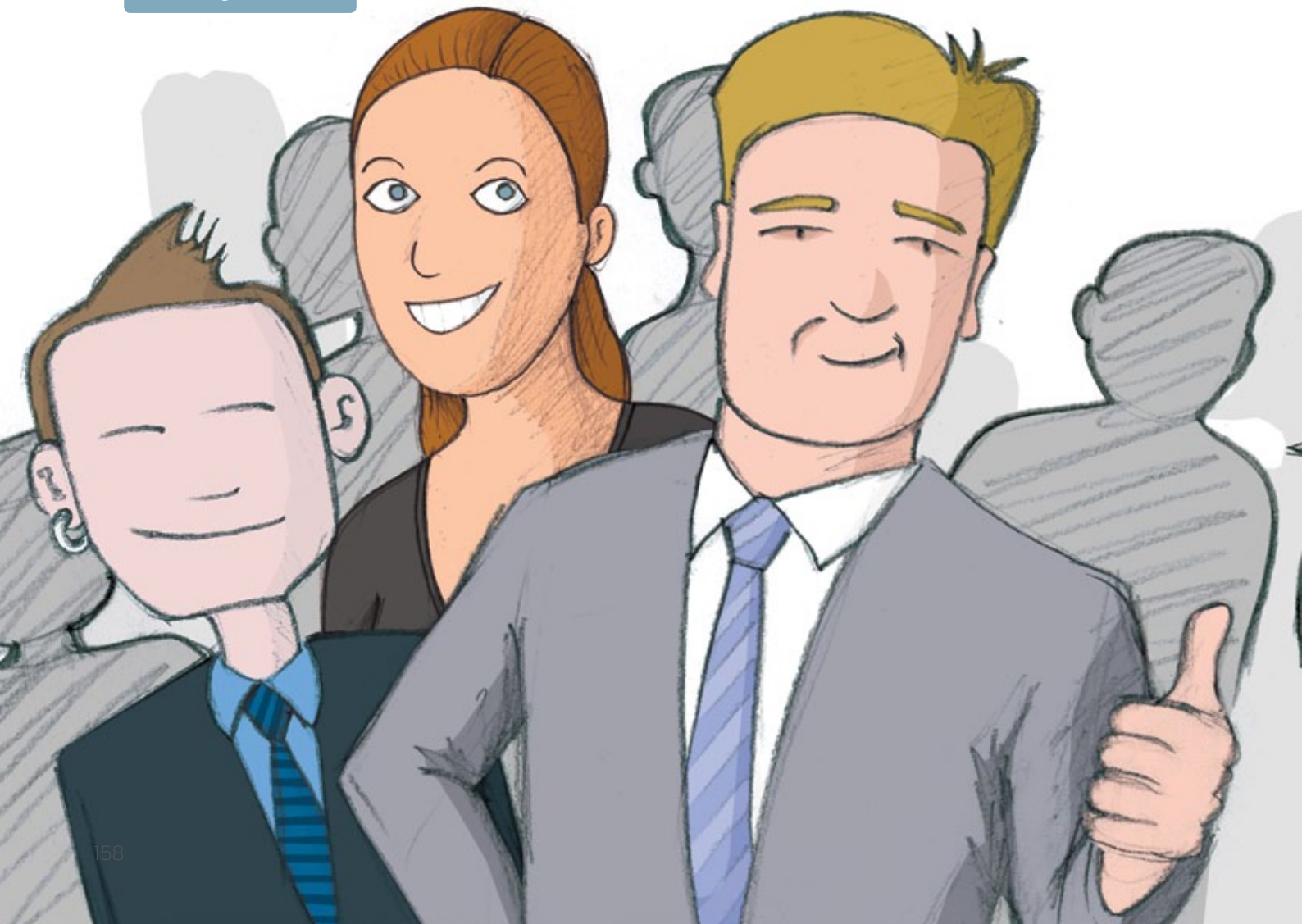
Lena Krauss
Online Project Managerin
Comarch
lena.krauss@comarch.com

Hilal Rüzgar
Consultant
Comarch
hilal.ruezgar@comarch.com

Mirjana Höllerer
Geschäftsstellenleiterin Wien
Comarch Solutions
mirjana.hoellerer@comarch.com

Klaus Lechner
Public Relations Manager
Comarch
klaus.lechner@comarch.com

Frank Siewert
Vorstandsmitglied Comarch
frank.siewert@comarch.com



Andreas Greiner
Business Intelligence Consultant
Comarch
andreas.greiner@comarch.com

Thomas Rothe
Head of BPM
Comarch
thomas.rothe@comarch.com

Erwin Schiffer
Industry Solution Manager
Comarch
erwin.schiffer@comarch.com

Juerg Feuz
Geschäftsführer
Comarch Swiss
juerg.feuz@comarch.com

Michael Brunner
Senior Financials Consultant
Comarch
michael.brunner@comarch.com

Tobias Naumann
Abteilungsleiter Implementation
ECM & EDI
Comarch
tobias.naumann@comarch.com

Kathrin Kriesch
Online Marketing &
Communication Manager
Comarch
kathrin.kriesch@comarch.com

Marcus Sümnick
Vorstandsmitglied
Comarch
marcus.suemnick@comarch.com

Mariusz Drzewiecki
Leiter Implementierung ERP
Comarch
mariusz.drzewiecki@comarch.com

Benedikt Bergmeister
Junior Consultant
Comarch
benedikt.bergmeister@comarch.com

Björn Johansson
Comarch ERP Enterprise
Comarch
bjoern.johansson@comarch.com

Kai Lehmann
Leiter Vertrieb
Comarch
kai.lehmann@comarch.com

Andrea Straucher
Event Managerin
Comarch
andrea.straucher@comarch.com

Jan Reichelt
Consultant / Project Manager
ECM & EDI
Comarch
jan.reichelt@comarch.com

Diana Schröder
HR Consultant
Comarch
diana.schroeder@comarch.com

Uwe Rese
Projektleiter
Comarch
uwe.rese@comarch.com

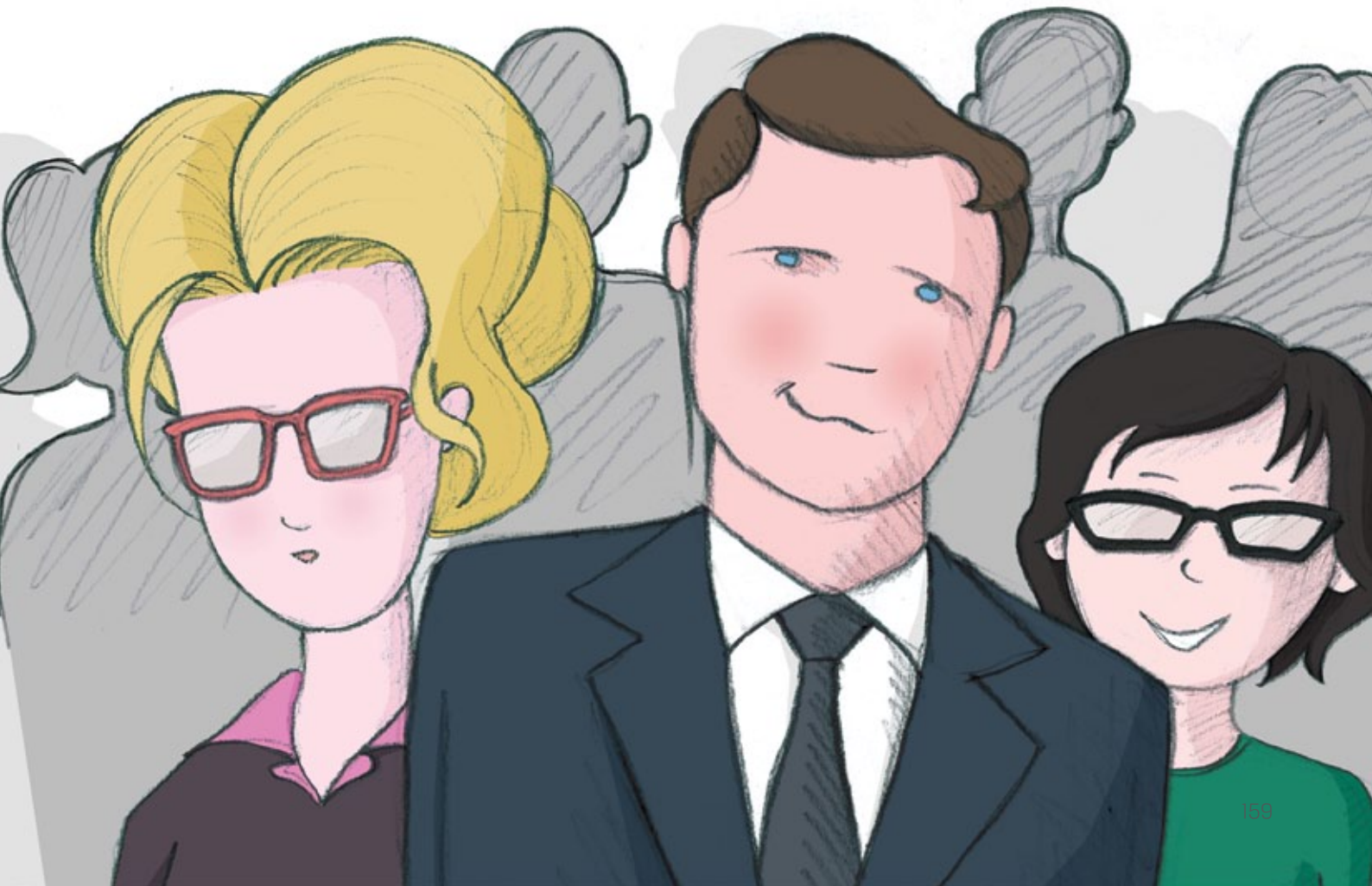
David Glantz
Director Pre-Sales and Service
Implementation
Comarch
david.glantz@comarch.com

Janina Hänsel
Redaktion Mittelstand Kompakt
janina.haensel@comarch.com

Wiltrud Henkel
Redaktion Mittelstand Kompakt
wiltrud.henkel@comarch.com

Philipp Erdkönig
Department Director Business
Development Center DACH
Comarch
philipp.erdkonig@comarch.com

Jürgen Falkner
Leiter Competence Team Soft-
waretechnik Fraunhofer-Institut
für Arbeitswirtschaft und Organi-
sation IAO



Ganz im Vertrauen



Frank Siewert

Vorstandsmitglied
Comarch Software und Beratung

frank.siewert@comarch.com

Liebe Leserinnen und Leser,

wir hoffen, Sie können unseren Ratgeber in Ihrer Praxis nutzen und Vorteile daraus ziehen. Das Ziel der Experten von Comarch ist es, Unternehmen ganzheitlich mit Rat und Tat zu unterstützen, vom kleinen Start-up bis zum Marktführer.

Sie kennen Ihre Branche, Ihren Markt und Ihre Produkte. Wenn Sie vertrautes Terrain verlassen, sollten Sie sich auf kompetente Unterstützung verlassen. Die Autoren dieses Heftes sind Experten, die jahrzehntelange Erfahrung quer durch alle Bereiche und Branchen haben und Ihnen umfassend zur Seite stehen.



Jürg Feuz

Geschäftsführer
Comarch Swiss

juerg.feuz@comarch.com

Da wir als Full-Service-Anbieter das ganze Feld an moderner Business-Software abdecken können, reicht unser Wissen sowohl in die Breite, als auch in die Tiefe. Auf der folgenden Seite finden Sie ein Stichwortverzeichnis zu allen wichtigen Begriffen. Auf einen Blick sehen Sie alle Stellen in diesem Heft, wo von Ihrem Interessensgebiet die Rede ist, wo es zum Beispiel um ERP oder ECM geht.

Sollten Sie darüber hinaus Fragen haben, so stehen wir und alle Experten aus diesem Heft Ihnen zur Verfügung. Wir freuen uns, wenn wir Ihnen weiterhelfen dürfen. Gerne möchten wir Ihnen unsere Kompetenz beweisen.

Wir wünschen Ihnen das Beste für Ihr Geschäft

Impressum

MITTELSTAND KOMPAKT

Comarch Magazin
007/1-2015

Hausanschrift:

Comarch AG
Chemnitzer Str. 59b
01187 Dresden

Herausgeber und Verleger:

Comarch AG

Redaktion:

Magda Duda, Frank Siewert,
Klaus Lechner, Lena Krauss

DTP:

Nuno Laranja

E-Mail Redaktion:

marketing-dach@comarch.de

Internet:

www.comarch.de
www.comarch.ch

Erscheinungsweise:

2x jährlich

1. Auflage:

1.000

Die Zeitschrift und alle in ihr enthaltenen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Mit Ausnahme der gesetzlich zugelassenen Fälle ist eine Verwertung ohne Einwilligung des Verlags strafbar.



Wenn Ihnen unser Magazin gefällt,
sichern Sie sich gleich Ihr **kostenloses Abo!**

Schicken Sie uns einfach eine E-Mail an abo@comarch.de
oder bestellen Sie „Mittelstand Kompakt“ bequem über unser Online-Abo-Formular!

www.comarch.de/abo

Noch einfacher geht es mit dem mobilen Abo-Formular:
Scannen Sie einfach den QR-Code und füllen Sie das Formular aus!

Vielen Dank für Ihr Interesse

Ihre Mittelstand Kompakt Redaktion



Ratgeber von A bis Z

Von A bis Z, von Amazon bis Zalando:

- Amazon* 29, 73
- Android 41, 78
- App 71, 77
- Archiv 46, 88, 90
- Archivieren 6, 5, 55, 84, 86, 88, 115, 151
- Automatisierung 20, 42, 46, 54, 68
- B&K* 22, 86
- Banken 7, 8, 103, 104, 140, 142, 148, 150
- Bernbacher* 52, 152
- BI (Business Intelligence) 7, 33, 50, 56, 59, 70, 94, 134
- Blog 29, 30
- Blizzard* 38, 66, 152, 155
- BP 56, 60, 95, 152
- Bringmeister* 27, 66, 69, 153, 154, 156
- Business-Case 23, 36, 37, 42, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 57, 58, 59, 60, 68, 70, 73, 88, 104, 115
- Business SCRUM 24, 27, 118
- Capital* 142
- CeBIT 8, 22, 70, 125, 127, 134
- Chargenrückverfolgung 16, 45, 51
- Cloud 10, 26, 71, 75, 80, 91, 108, 111, 129, 134, 146
- CRM (Customer Relationship Management) 7, 41, 58, 69, 84, 92, 101, 102, 134, 147, 148
- Darbo* 51, 154
- Data Center 8, 26, 58, 75, 109, 115, 14
- Deutsche Telekom* 142, 146, 152
- Diageo* 81, 152, 155
- DMS (Dokumentenmanagementsystem) 46, 47, 69, 83, 86
- eBay* 20, 25, 30, 73
- eBilanz 100
- E-Commerce 8, 23, 26, 29, 33, 90
- E-Health 140, 151
- E-Plus* 115, 142, 146, 153
- ECM (Enterprise Content Management) 6, 22, 34, 83, 46, 47, 62, 86, 88, 93, 127, 128, 129, 134
- ECM-Papst 87, 129
- EDI (Electronic Data Interchange) 6, 41, 46, 50, 62, 86, 89, 90, 93, 110, 127, 128, 134
- 1-Klick-Bestellung 16, 18, 29, 30
- Einführung 21, 24, 27, 29, 32, 36, 37, 43, 51, 55, 59, 66, 68, 72, 78, 80, 84, 85, 89, 90, 92, 97, 112, 114, 116, 118, 149, 154
- Einsatzanalyse 118
- Effizienz 15, 20, 21, 53, 55, 103
- Employer-Branding 106
- ERP (Enterprise Resource Planning) 6, 10, 19, 20, 23, 25, 26, 29, 31, 32, 36, 37, 38, 40, 42, 45, 47, 48, 50, 55, 58, 62, 64, 65, 66, 68, 69, 70, 72, 73, 75, 76, 79, 82, 84, 92, 107, 109, 110, 118, 122, 125, 127, 128, 129, 133, 134, 144, 149, 154, 127, 128, 134
- ERP-System des Jahres 24, 27, 41, 71, 128
- ERP Webshop 6, 73, 74
- Event 29, 88, 116, 125, 127, 129
- facebook* 10, 11, 30, 75, 102
- Falke* 43, 70, 71, 152, 154
- Fashion 16, 39, 40, 42, 71, 130
- Fertigung 8, 15, 16, 31, 32, 34, 36, 48, 66, 69
- Financials 6, 62, 71, 97, 99, 100, 134
- Flexibilität 11, 17, 22, 87, 135, 155, 10, 14, 16, 20, 24, 32, 40, 42, 28, 49, 67, 68, 69, 71, 72, 80, 83, 106, 110, 112, 121, 131, 13, 148
- Flughafen 102, 142
- Fraunhofer* 112, 129
- Fredy's* 48
- FSM (Field Service Management) 7, 79, 81, 134, 147
- Großhandel 20
- Handel 8, 16, 17, 18, 20, 22, 25, 32, 40, 42, 46, 53, 64, 74, 90, 104, 111, 149
- Hilcona* 88
- Hotline 116, 120, 126
- HR (Human Resources) 7, 105, 134
- ifw* 38, 66
- Industrie 8, 25, 32, 36, 41, 43, 45, 53, 104, 114
- Innovation 19, 30, 48, 49, 55, 104, 128, 134, 134, 138, 145, 146, 148, 150
- Internationalität 20, 24, 36, 53, 57, 77, 88, 111, 128, 132, 143
- Internet 23, 25, 27, 33, 51, 67, 72, 82, 109, 126, 130, 131, 134, 138, 144, 154
- IT 8, 10, 18, 22, 25, 26, 32, 37, 40, 42, 47, 49, 52, 55, 57, 62, 65, 68, 73, 79, 84, 90, 93, 103, 104, 111, 112, 115, 118, 122, 128, 133, 134, 138, 142, 145, 150, 151, 152
- IT-Infrastruktur 11, 53, 93, 115
- IT-Sicherheit 10, 115
- John* 68, 153, 154, 156

Kadi 49
Kaiser's Tengelmann 27, 66, 69, 153, 154, 156
KiK 23, 27, 66, 119, 128, 153, 154, 156
Kolma 37, 154, 156
 Kunden 7, 8, 10, 16, 20, 21, 23, 24, 25, 26, 30, 32, 36, 39, 41, 42, 45, 48, 50, 53, 56, 57, 60, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 74, 77, 81, 86, 87, 90, 101, 102, 103, 104, 112, 114, 115, 119, 120, 122, 125, 126, 127, 128, 129, 140, 142, 145, 146, 148, 150, 152, 154
 Kundenbindung 7, 10, 56, 57, 91, 95, 98, 102, 104, 148
 Lasten- / Pflichtenheft 118
 Lebensmittel 44, 45, 46, 48, 52
 Logistik 22, 24, 40, 43, 50, 58, 65, 66, 69, 72, 73, 77, 87, 89, 93, 133
 Loyalty 57, 59, 101, 102, 104, 147, 155,
LXS-Bike 25, 72, 73, 156
 Manufacturing 4.0 16, 32, 33
 Marketing 7, 27, 29, 30, 58, 60, 77, 90, 102, 114, 129, 134, 138, 148
 Markt 10, 20, 52, 84, 18, 28, 29, 30, 38, 40, 45, 49, 57, 60, 67, 74, 86, 94, 103, 113, 118, 128, 132, 143, 146, 149, 150, 151
 Mehrmandantenfähigkeit 133
Mercedes-Benz Bank 104, 152
 Merkel, Angela 135, 142
 Mineralöl 16, 56
 Mitbewerber 10
 Mobile 10, 41, 72, 73, 74, 76, 77, 81, 91, 115, 131, 134, 148, 150
 Mobile ERP 76, 77, 81
 Mode 39, 40, 42
 Multi-Channel 10, 20, 24, 33, 42, 66, 69, 71, 73, 79, 148, 150
 Multisite 20, 24, 41, 67, 70, 133, 155
 Nahrungsmittel 45, 49, 53
Natura 51, 66, 152
 Netzwerk 11, 58, 74, 77, 115, 127, 129, 150
O2 / Telefonica 153
OMV 152, 155
 Onlinehandel 8, 15, 16, 17, 18, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 42, 72, 73, 119
 Paletten 31, 45, 49, 90
 Partner 10, 26, 27, 33, 41, 42, 46, 49, 53, 58, 59, 69, 102, 115, 116, 124, 129, 154
Popken Fashion Group 41, 42, 71
 POS (Point of Sale) 41, 45, 58, 69, 77
PayPal 21, 27, 75
 Praxis 27, 29, 32, 84, 95, 118, 122, 128, 131, 138
 Private Cloud 71, 110, 112
 Procter & Gamble 79, 153
 Produktion 8, 16, 31, 32, 34, 36, 38, 40, 43, 45, 49, 51, 53, 66, 68, 69, 93, 95, 122, 132, 155
 Prototyp 27, 70, 118, 127, 134
 Prozesse 6, 8, 10, 16, 18, 20, 24, 26, 32, 34, 36, 37, 38, 39, 40, 43, 46, 48, 49, 52, 57, 60, 65, 66, 67, 68, 69, 72, 73, 74, 77, 81, 84, 86, 88, 90, 93, 95, 102, 118, 122, 127, 128, 129, 131, 133, 146, 150, 154, 156
 Public Cloud 71, 110, 112
 QM (Qualitätsmanagement) 16, 34, 50, 125
 Quick-Decision-Center 18
 Rechnungswesen 22, 26, 29, 33, 41, 50, 69, 71, 97, 98, 110, 118
 Recht 18, 29, 98, 103, 107, 110, 114
 Reports 29, 35, 51, 60, 66, 78, 80, 103, 125, 148, 150
 Retouren 7, 21, 69, 70, 72
 Revisions sicher 6, 87
 ROI (Return on Investment) 33, 65, 66, 77, 84, 86, 90, 95, 102, 111
Rungis express 46
Ruwido 38
 Schnelligkeit 10, 15, 18, 22, 28, 46, 75, 119
 Selbständigkeit 25
 SEO (Suchmaschinenoptimierung) 6, 74
 SFA (Sales Force Automation) 7, 77, 110, 132, 134, 155
 Sheep to Shop 40
 Sicherheit 10, 12, 26, 33, 53, 66, 84, 90, 92, 96, 103, 104, 110, 113, 115, 119
 Smartphone 74, 78, 81
Sonax 66, 152
 Software-Einführung 29, 118
 Start-up 8, 25, 27, 118
 Stationärer Handel 20, 22, 27, 42, 77
 Support 71, 96, 114, 116, 120, 122, 126, 129, 146
 Tablet 10, 11, 41, 74, 77, 81
 Tankstellen 16, 56, 57, 59, 91, 104
 Telekommunikation 6, 82, 104, 111, 115, 140, 146, 151
 Tipp 12, 20, 22, 29, 84
 Trend 8, 10, 18, 21, 29, 30, 41, 60, 75, 103, 113, 132, 134
Trovarit 71, 127, 129
 Verkauf 20, 22, 25, 26, 41, 49, 57, 59, 72, 73, 77, 80, 92, 94, 125, 150, 155
 Versandhandel 20, 24, 27, 42, 71

COMARCH



www.comarch.de