

# Business&IT

sfr 15.- / Österreich € 8,90 / Belgien € 8,90  
Niederlande € 8,90 / Luxemburg € 8,90 € 7,80

3/2014\_STRATEGIEN FÜR DEN GESCHÄFTSERFOLG

[www.businessportal.de](http://www.businessportal.de)

## PAD TO PAPER

Printlösungen für Tablet & Co.

## MEETING TO GO

Videokonferenzen für alle

## ERP TO CLOUD

Business-Software für morgen

# 100 Prozent B2B

## CeBIT 2014

### IM INTERVIEW:



Norbert Höpfner, Head of  
Samsung Printing Solutions

**Kostenlos auf  
Smartphone und  
Tablet lesen!**  
(Seite 19)



Walter Nickol, Bootswerft Rambeck

# Alles Wichtige mach' ich selbst!

**LEXWARE**

Einfach erfolgreich

**Erst recht, wenn es um meine Finanzen geht.**

Buchhaltung, Aufträge, Rechnungen oder Lohn und Gehalt: Mit Lexware haben Sie mit einem Klick alle Geschäftszahlen selbst im Blick – im Büro, zu Hause oder unterwegs. Egal, ob Sie das erste Mal mit Buchhaltung zu tun haben oder Vollprofi sind. **Jetzt 4 Wochen kostenlos testen!** [www.lexware.de](http://www.lexware.de)



# Jährlich grüßt das CeBIT-Tier

Das Editorial für die CeBIT-Ausgabe zu schreiben erinnert mich ein bisschen an den Film „Täglich grüßt das Murmeltier“. Schon wieder ist ein Jahr rum und schon wieder steht die CeBIT vor der Tür.

2014 ist für mich das 17. Mal, dass ich mich dienstlich nach Hannover aufmache. Dabei habe ich schon fast alles erlebt: krank hingefahren, krank wiedergekommen, überfüllte Züge mit und ohne Reservierung, Staus und Schneetreiben auf der Autobahn, im Regen stehend zusehen, wie sich nach einem harten Messetag gefühlte 300 Messegäste um ein einziges Taxi prügeln. Zumindest der Messerummel hat sich in den letzten Jahren gelegt, wobei die CeBIT nach wie vor die größte Messe ihrer Art ist. Die zunehmende Fokussierung der letzten Jahre auf B2B spielt uns von der Business&IT natürlich voll in die Karten und wir werden wieder viele interessante Gespräche führen. Wir geben in unserem CeBIT-Special ab Seite 24 einen Ausblick, was Sie vom 10. – 14. März auf dem Messegelände in Hannover erwartet. Vielleicht sehen wir uns dort?

Herzlichst Ihr

*A. Eichelsdörfer*  
Andreas Eichelsdörfer



## Erleben Sie Business&IT auf dem iPhone & iPad

**DIE INNOVATION IM B2B-BEREICH!**



- kompetent
- klar verständlich
- komplett
- kostenlos

**Weitere Infos  
im App Store.**

## NEWS & TRENDS

<b>Aktuelles aus dem IT-Business</b>	<b>6</b>
<b>Interview des Monats</b>	<b>10</b>
Norbert Höpfner, Head of Samsung Printing Solutions	
<b>IT-Köpfe</b>	<b>12</b>
<b>EU-Report</b>	<b>14</b>
Brüsseler Netzwerk-TÜV: Verbindliche Sicherheitstests sollen kritische Infrastrukturen besser schützen	
<b>Events</b>	<b>15</b>
Konferenzen, Messen und mehr: Wichtige Veranstaltungen im IT-Umfeld	
<b>Neue Kolumne: Quergedacht</b>	<b>16</b>
Geben Sie Gas! Geschwindigkeit ist im Geschäft mindestens so wichtig wie der Inhalt	
<b>Infrastruktur im Rechenzentrum</b>	<b>18</b>
Energieeffizienz vs. Verfügbarkeit: Datacenter Infrastructure Management sorgt für mehr Flexibilität	
<b>IT-Sicherheitsreport</b>	<b>20</b>
Die Gefahr steigt: Zu wenig IT-Sicherheitsexperten kämpfen mit immer mehr Schwachstellen	
<b>IT-Recht</b>	<b>22</b>
Nicht ohne meinen Kunden: Wenn Ex-Mitarbeiter ihre Kunden mitnehmen, ist das meist absolut legal	

---

## SPECIAL

### CEBIT-TRENDS

<b>100 Prozent Business:</b> Die CeBIT wird zur Fachmesse – davon profitieren Aussteller und Besucher	<b>24</b>
<b>ERP im Wandel:</b> Monolithische Software wird ersetzt durch flexible Business-Lösungen	<b>36</b>

---

## MOBILE BUSINESS

<b>Drucklösungen</b>	<b>42</b>
Pad to Paper: Digitale Dokumente via Smartphone oder Tablet auf Papier zu bringen, ist gar nicht so einfach – hier erfahren Sie, wie's geht	

## TITELTHEMA

### 24

#### GUT FÜRS GESCHÄFT

Die weltgrößte IT-Messe setzt künftig ausschließlich auf das B2B-Segment. Was Sie in Hannover sonst noch alles erwartet, erfahren Sie in unserem großen CeBIT-Special.

### 48

#### DATENFLUT IM GRIFF

Das Potenzial der explodierenden Informationsmenge geschäftlich zu nutzen, wird immer wichtiger. Doch wie entstehen aus dem Wust der Datenströme tatsächlich intelligente Geschäftsoperationen?





## 68 UNTERNEHMERTUM IM UNTERNEHMEN

Können gute Manager zugleich gute Unternehmer sein? Und umgekehrt? Und verderben zu viele Köche, sprich Unternehmer im Unternehmen, nicht den Brei? Wir sind diesen Fragen nachgegangen.



## IT-STRATEGIEN

### Intelligent Business Operations 48

Unerschöpflicher Datenfluss: Klassische Analyse-Tools reichen nicht mehr, um die Datenflut zu bändigen

### Video Conferencing 54

Video wird zum Standard: Virtuelle Meetings bieten Unternehmen noch viele Potenziale

### Ergonomie am Arbeitsplatz 60

Mensch vor Technik: Optimal eingerichtete Computer-Arbeitsplätze schützen die Gesundheit der Mitarbeiter

## UNTERNEHMENSFÜHRUNG

### Kundenkommunikation 64

Verkaufen mit Gefühl: Emotionen spielen bei jeder Kaufentscheidung eine wichtige Rolle

### Innovationsmanagement 68

Unternehmer oder Manager? Innovationsfreudige Firmen brauchen „unternehmerische“ Mitarbeiter

## BEST PRACTICE

### Flottenmanagement 72

Alles im Fluss: Ein integriertes Auftrags- und Logistiksystem ist das Erfolgsgeheimnis von RUN 24

## TEST, KAUF & SERVICE

- > **Fachinformationen auf die Schnelle:**  
Die Themenportale der Haufe Gruppe **76**
- > **Software-Kurztests:**  
TinyScan pro  
Lexware business plus 2014  
OUTDATEfighter  
WISO EUR & Kasse 2014 **78**
- > Impressum **82**



## Ausgezeichnete Arbeitgeber



**D**ie Gewinner des bundesweiten Wettbewerbs „Beste Arbeitgeber in der ITK 2014“ stehen fest. Auf der vom Forschungs- und Beratungsinstitut Great Place to Work in Zusammenarbeit mit dem Branchenverband BITKOM und der „Computerwoche“ veröffentlichten Liste der besten Arbeitgeber der ITK-Branche konnten sich insgesamt 50 Unternehmen aller Größenklassen platzieren. Sie heben sich vor allem durch hohe Wertschätzung gegenüber den Beschäftigten, angemessenen Umgang mit der Arbeitsbelastung, verlässliche Führungskräfte und einen guten Teamgeist von der Konkurrenz ab. Ausgezeichnet werden die diesjährigen Sieger am 10. März 2014 auf der CeBIT in Hannover.

Die Spitzenplätze bei den ITK-Großunternehmen mit mehr als 1 000 Beschäftigten belegen Microsoft Deutschland, die Deutschland-Niederlassung von eBay sowie die Zentrale des IT-Dienstleisters T-Systems Multimedia Solutions. Bei den Unternehmen zwischen 501 und 1 000 Mitarbeitern gelang der deutschen Niederlassung des Speichertechnik-Spezialisten NetApp der Sprung an die Spitze, gefolgt vom Internetunternehmen Immobilien Scout und der IT-Beratungs- und Dienstleistungsfirma adesso.

Bei den ausgezeichneten Unternehmen mit 101 bis 500 Mitarbeitern liegen die IT-Beratung MaibornWolff, der IT-Dienstleister SAS Institute sowie die Deutschland-Niederlassung des Softwareanbieters Adobe Systems vorn. Zu den Top-Platzierten in der Kategorie der kleineren Unternehmen mit 50 bis 100 Beschäftigten zählen der Software-Spezialist perbit, der Softwarehersteller Projektron und die viadee IT-Unternehmensberatung. Die Bestplatzierungen unter den kleinen Betrieben mit 10 bis 49 Mitarbeitern erreichten schließlich die Softwarefirma QAware, die IT-Beratung mayato und die IT-Consultingfirma Living Business. Insgesamt hatten sich 132 ITK-Unternehmen mit zusammen mehr als 50 000 Beschäftigten um die Auszeichnung beworben.

[www.greatplacetowork.de/siegerliste-baitk-2014](http://www.greatplacetowork.de/siegerliste-baitk-2014)

## Facebook-Hype geht an den Kunden vorbei

**S**ocial Media um jeden Preis – dieses Motto scheint in vielen Marketing- und Kommunikationsabteilungen derzeit vorzuherrschen. Das Problem dabei ist, dass die meisten Unternehmen bei dem mit hohem Aufwand betriebenen Auf- und Ausbau ihrer Social-Media-Aktivitäten nicht ausreichend nach den Anforderungen der Kunden differenzieren. Eine Sonderrolle nimmt Facebook ein: Das größte soziale Netzwerk wird für Kundenbedürfnisse wie Beratung und Service vor allem im Vergleich zu Foren und Blogs weit überschätzt. Das ist ein Ergebnis der repräsentativen Studie „Potenzialanalyse Customer Centricity Management“ von Steria Mummert Consulting.

Bei der Informationssuche nimmt Facebook eine wichtige Rolle ein: 62 Prozent der Kunden würden sich gerne auf dem sozialen Netzwerk über Produkte und Dienstleistungen informieren. Bei der Kundenberatung holen andere Social-Media-Kanäle auf – vor allem Foren (49 Prozent), unternehmenseigene Kunden-Communities und Blogs (je 32 Prozent). Unternehmen bieten Beratungsleistungen allerdings überwiegend (87 Prozent) auf Facebook und nur zu einem sehr geringen Teil in Foren (neun Prozent) an. „Diese Diskrepanz verdeutlicht, dass Unternehmen hier die falschen Prioritäten setzen“, erklärt Elmar Stenzel, Studienleiter und Leiter des Bereichs Customer Relationship Management bei Steria Mummert Consulting. „Sie sollten ihre Aktivitäten zur Kundenberatung von Facebook und Twitter hin zu Blogs und Foren verlagern.“



Zudem sollten Unternehmen ihre Social-Media-Aktivitäten zum Beschwerdemanagement ausbauen und beim Kundenservice, der über diese Kanäle kaum wahrgenommen wird, reduzieren. „Den Unternehmen stellt sich die Aufgabe, sich intensiver mit den Bedürfnissen und Erwartungen ihrer Kunden auseinanderzusetzen und sie gezielt über die passenden Social-Media-Kanäle zu adressieren. Nur dann zahlt sich der Aufwand aus“, so Stenzel.

[www.steria.com/de](http://www.steria.com/de)



# Supply-Chain-Automatisierung ist noch ausbaufähig

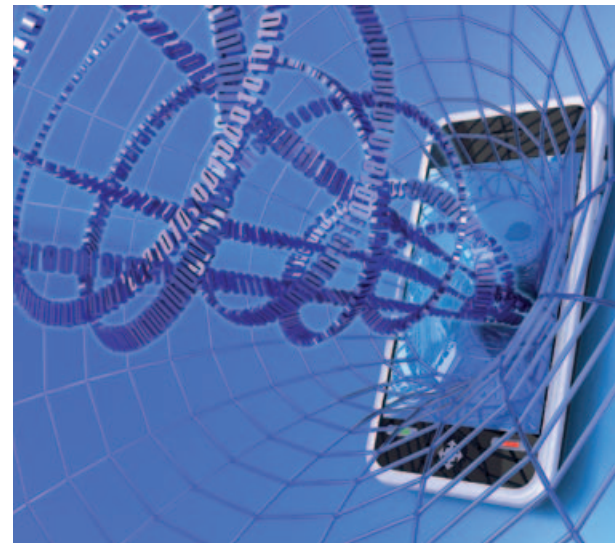
Die aktuelle Lünendonk-Studie 2014 „Automatisierungslösungen im Spannungsfeld von Kunden und Lieferanten“ in Zusammenarbeit mit dem Unternehmen Netfira zeigt: Lediglich knapp 28 Prozent der Kundenunternehmen sind mit ihren Lieferanten vernetzt. Auf der Lieferantenseite ist die Quote mit 12 Prozent angebundener Kunden sogar noch geringer. Geht es nach den Kundenunternehmen, soll sich das aber bald ändern. Sie wollen den Anteil der elektronischen Anbindung sowohl hinsichtlich der Lieferantenzahl als auch der Anzahl der Bestellvorgänge bis 2016 deutlich steigern. Die Lieferanten hingegen prognostizieren für diesen Zeitraum fast das gleiche Niveau wie heute. Daher müssen sich diese künftig seitens der Kunden auf einen wachsenden Druck zur Vernetzung einrichten.

„Die Antworten auf die Frage, ob eine elektronische Anbindung die Lieferantenauswahl beeinflusst, sprechen eine deutliche Sprache“, so Jürgen Görner, Partner bei Lünendonk. „Aktuell noch eher verneint, ist aber für den Zielzeitraum 2016 von den Kundenunternehmen bereits ein deutliches ‚Ja‘ artikuliert worden.“

Es ist also zu erwarten, dass hier zunehmend ein Spannungsfeld entsteht, das beide Partner in den nächsten drei Jahren gemeinsam lösen müssen. Die Kunden sehen einen großen Nutzen durch die elektronische Lieferantenanbindung und setzen oft bereits Automatisierungslösungen ein; viele haben Initiativen gestartet, um das Niveau der Automatisierung im Einkaufsprozess weiter zu erhöhen. Von den Unternehmen ohne oder mit rudimentären Automatisierungslösungen wollen vier von fünf Befragten eine automatisierte Lösung anschaffen oder professionell ausbauen, zum Großteil noch 2014. Diese Unternehmen werden verstärkt nach Unterstützung am Markt suchen. Für die Lieferanten wird der Zwang zur Nutzung langfristig unausweichlich. Speziell für neue, weniger komplexe und vielfältig einsetzbare Automatisierungslösungen bestehen demnach gute Chancen.

Für die Studie befragt wurden insgesamt 154 Unternehmen. Der Fokus lag bei den Kunden auf mittelständischen und großen Unternehmen, die in aller Regel mit SAP arbeiten. Die Lieferantenseite hingegen war bewusst auf kleine und mittelgroße Unternehmen ausgerichtet, die nicht mit SAP arbeiten.

[www.luenendonk.de](http://www.luenendonk.de)



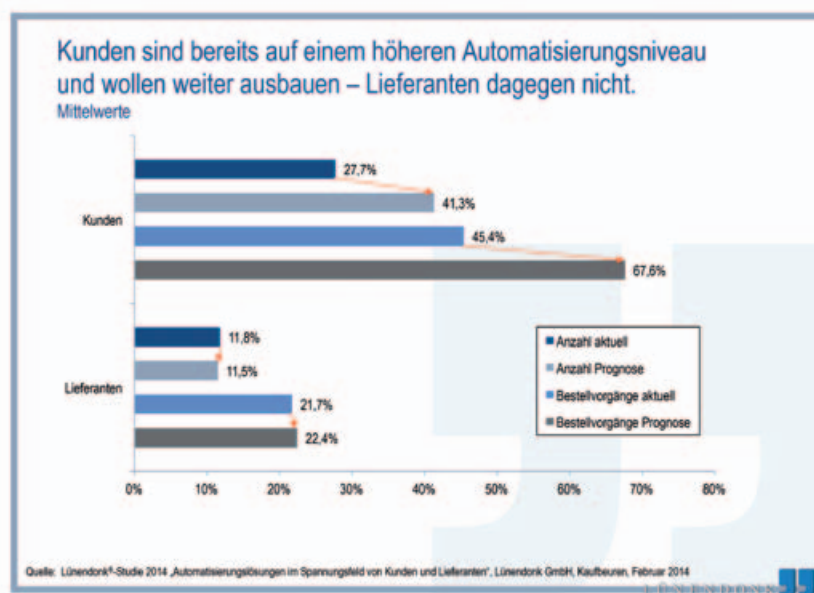
## Studie: Mobiler Datenverkehr explodiert

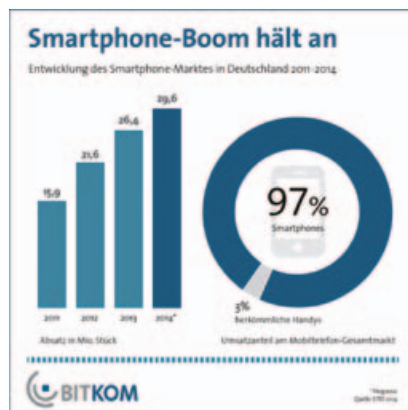
Der mobile Datenverkehr steigt weltweit bis 2018 um etwa das Elffache. In vier Jahren werden dann jährlich 190 Exabyte übertragen. In Deutschland nimmt der mobile Traffic um das Zehnfache zu. Dies ergab eine Studie von Cisco. Damit wächst der mobile Datenverkehr hierzulande im genannten Zeitraum viermal schneller als derjenige über das Festnetz. 2018 werden in Deutschland 287 Petabyte pro Monat mobil übertragen. Dies entspricht zehn Prozent des Gesamtverkehrs, im Vergleich zu zwei Prozent im Jahr 2013. In vier Jahren steigt die durchschnittliche Geschwindigkeit der Verbindung von 2,1 auf 3,6 Mb/s. Smartphones sollen sogar mit 15 Mb/s angebunden sein. Der gesamte Smartphone Traffic über 4G wächst von sechs Prozent (2013) auf 56 Prozent an.

Das exponentielle Wachstum des mobilen Datenverkehrs liegt teilweise an einer weiterhin starken Zunahme der Anzahl mobiler Internetverbindungen, etwa durch persönliche Geräte und Maschine-zu-Maschine-Verknüpfungen (M2M). Im Zuge des Trends zum Internet of Everything soll der M2M-Datenverkehr in Deutschland um das 36-Fache steigen und 2018 etwa ein Zehntel des gesamten mobilen Datenverkehrs ausmachen.

„In vier Jahren wird es in Deutschland doppelt so viele Mobilgeräte geben wie Einwohner“, sagt Oliver Tuszik, Vice President und Vorsitzender der Geschäftsführung von Cisco Deutschland. „Auch in Sachen Geschwindigkeit und intelligente Funktionen werden wir weltweit mit an der Spitze stehen. Doch dies werden wir nur erreichen, wenn wir gemeinsam konsequent am weiteren Ausbau und der Modernisierung unserer Mobilfunknetze sowie Infrastrukturen arbeiten. Dafür ist eine gezielte übergreifende Investition sowie eine breite politische und gesellschaftliche Unterstützung nötig. Ohne dies würde Deutschland den Anschluss verlieren.“

[www.cisco.de](http://www.cisco.de)





## Smartphones werden zum mobilen Büro

**S**martphones ersetzen für immer mehr Berufstätige unterwegs das Büro. Office-Apps sind auf beruflich genutzten Smartphones am weitesten verbreitet: Am häufigsten werden Programme zur Verwaltung von Kontakten verwendet. So gut wie jeder, der sein intelligentes Mobiltelefon auch im

Beruf einsetzt, nutzt diese Funktion. Auch E-Mail (77 Prozent), Internetbrowser (65 Prozent) und Kalender (63 Prozent) werden von den meisten Berufstätigen auf ihren Smartphones eingesetzt. Das ist das Ergebnis einer repräsentativen Umfrage im Auftrag des Hightech-Verbands BITKOM. Auf Cloud-Speicherdienste, bei denen Dateien abgelegt und mit anderen geteilt werden können, greifen 17 Prozent mit ihrem Mobiltelefon zu.

„Mit schnellen Internetverbindungen, großen Bildschirmen und leistungsfähigen Prozessoren bringen moderne Smartphones alles mit, um unterwegs viele Aufgaben erledigen zu können“, sagt Tobias Arns, BITKOM-Experte. „Viele Büroanwendungen werden auch über die Cloud bereitgestellt. Mit dem Smartphone kann man auf diese auch von unterwegs jederzeit zugreifen.“ Insgesamt bekommt rund jeder fünfte Arbeitnehmer in Deutschland ein Smartphone von seinem Arbeitgeber gestellt. Umgekehrt werden auch viele private Smartphones im Berufsleben eingesetzt. 40 Prozent der Arbeitnehmer greifen zumindest gelegentlich auf ihr eigenes Gerät für die Arbeit zurück. Noch 2011 gaben nur acht Prozent an, ein Smartphone vom Arbeitgeber gestellt zu bekommen. Jeder Dritte nutzte damals sein privates Mobiltelefon auch beruflich.

[www.bitkom.de](http://www.bitkom.de)

## Groupware im Kommunikationswandel

**K**ommunikation und Zusammenarbeit sind elementare Bestandteile eines jeden Unternehmens, um sich im Wettbewerbsumfeld behaupten zu können. Gut durchorganisierte Kommunikationsabläufe erfordern daher leistungsfähige Systeme, mit denen Mitarbeiter schnell und effizient kommunizieren können. Kaum ein Unternehmen kann inzwischen auf Groupware-Lösungen verzichten, die vielen als Basis ihrer Kommunikations- und Kollaborationsabläufe dient und den unternehmerischen Workflow effektiv gestaltet.

Seit Jahren beobachtet und analysiert das Analystenhaus techconsult den Markt für Kommunikation und Kollaboration. Mit einem Anteil von 69 Prozent bei den installierten Versionen beherrscht Microsoft mit Exchange Server den Groupware-Markt. An zweiter Stelle folgt IBM Lotus Notes mit 13 Prozent. Neben diesen sind Open Exchange, Novell Groupwise und diverse kleinere Anbieter, unter anderem auch eine Reihe von Linux-basierten Lösungen, in den Unternehmen im Einsatz. Wie die techconsult-Analysen zeigen, gelingt es Microsoft bereits seit einigen Jahren, neben dem Erhalt seiner Bestandskunden jährlich Neukunden hinzuzugewinnen. Innerhalb der letzten beiden Jahre hat Microsoft dadurch seinen Marktanteil um vier Prozentpunkte ausbauen können.

Die sogenannten Digital Natives, die derzeit auf den Arbeitsmarkt drängen, wünschen flexibel und mobil in einem vernetzten Unternehmen zu arbeiten. Social-Business-Anwendungen werden daher mit dazu beitragen, die Kommunikation und Kollaboration im Unternehmen grundlegend zu ändern. Sie integrieren die soziale Interaktion in den Unternehmen und machen die Kommunikation insgesamt transparenter und zugleich informeller. Sämtliche Funktionen werden mittlerweile in einer Benutzeroberfläche gebündelt. Aktuelle Groupware-Lösungen sind auf diese Social-Business-Konzepte abgestimmt und können darüber hinaus auch flexibel als Cloud-Lösung bezogen werden.

[www.techconsult.de](http://www.techconsult.de)

## Geräteverlust: Unterschätztes Risiko

**M**obiltelefone gehören längst zu den üblichen Arbeitsmitteln: Mitarbeiter wollen heute unabhängig von Ort und Arbeitszeit kommunizieren. Dass mobile Systeme auch ein erhebliches Sicherheitsrisiko darstellen, wird dabei oft übersehen. Kommt ein beruflich genutztes Handy abhanden, so eröffnet sich dem Finder oder Dieb immer auch ein Zugang zu Unternehmensdaten und sei es nur zu Kontakt- und Termininformationen. Die Vorkehrungen, die Unternehmen und Mitarbeiter dagegen



treffen, sind jedoch meist unzureichend. Dies zeigt die Studie „2013 Mobile Enterprise Risk Survey“, die der IT-Sicherheitsspezialist Absolute Software vorgestellt hat.

Befragt wurden 750 Erwachsene in Deutschland, die Mobiltelefone beruflich nutzen und in Unternehmen mit mehr als 1 000 Mitarbeitern beschäftigt sind. Von ihnen nutzen 40 Prozent ihr Gerät beruflich und privat, 60 Prozent beschränken sich auf die berufliche Nutzung. Acht Prozent der Befragten hatten bereits mindestens einmal den Verlust eines Handys zu verzeichnen.

Die Vorkehrungen gegen Schadensfälle sind laut der Studie generell unzureichend: Formelle Prozeduren beim Verlust eines Mobiltelefons sind meist nicht definiert. Gibt es solche, werden sie häufig nicht an alle Mitarbeiter kommuniziert. Viele Unternehmen stellen also mutmaßlich Regeln auf, kümmern sich aber nicht um deren Umsetzung. Auch hinsichtlich des Aufwands und der Kosten, die aus dem Verlust eines Handys entstehen können, haben die Befragten oft nur eine unzureichende Vorstellung.

[www.absolute.com/de](http://www.absolute.com/de)





## Fördert die Cloud die Schatten-IT?

**M**it dem IT-Cloud-Index präsentieren die Marktforscher von techconsult eine Langzeituntersuchung zum Stellenwert von Cloud Computing in mittelständischen Anwenderunternehmen. In der ersten durchgeführten Befragung des neuen Jahres konnte die Cloud-Technologie als Treiber der Schatten-IT identifiziert werden. 56 Prozent der befragten Unternehmen beziehen demnach Cloud Services von externen Dienstleistern (Public Cloud), ohne ihre IT-Organisation davon in Kenntnis zu setzen. In Kombination mit weiteren Schatten-IT-Vorgängen, wie dem Einsatz von privaten Devices für arbeitsrelevante Prozesse (49 Prozent) sowie der Nutzung von Social Software (41 Prozent) können ernst zu nehmende Sicherheitsrisiken für die betroffenen Unternehmen entstehen. Heterogene IT-Landschaften im Zusammenspiel mit fehlenden Anwendungstests, Updates und Dokumentationen können die Folgen sein, wodurch letztendlich die zentrale Steuerung der gesamten IT eines Unternehmens gefährdet werden kann.

Vor dem Hintergrund der nur langsam abnehmenden Vorbehalte des deutschen Mittelstands gegenüber dem Einsatz von Cloud Services wirken diese Ergebnisse auf den ersten Blick wenig förderlich für eine weitere Etablierung des Cloud-Modells in Deutschland. Es hat den Anschein, dass Cloud die Schatten-IT fördert. Nach Einschätzung der Analysten trägt dieser Schein jedoch, vielmehr sei Schatten-IT ein Problem aller Unternehmen jeder Größenklasse. Die richtige IT-Strategie verwandelt die Cloud-Technologie demnach zu einem wirkungsvollen Instrument gegen bestehende Schatten-IT-Strukturen und kann nachhaltig helfen, diese effektiv zu beseitigen.

Neben der Veröffentlichung der aktuellen Studienergebnisse findet sich auf dem neugestalteten Cloud-Portal ein Online-Benchmark-System für Anwenderunternehmen. Nach der Teilnahme erhalten Unternehmen auf sechs bis acht Seiten einen direkten Vergleich ihrer Cloud-Computing-Strategie und der wichtigsten Cloud-Indikatoren ihres Unternehmens zu denen ihrer Mitbewerber in derselben Branche und Größenklasse. Der IT-Cloud-Index fungiert somit als Gradmesser für die Etablierung von Cloud Computing im deutschen Mittelstand und ermöglicht über den zeitlichen Verlauf den Anwender-Unternehmen das Ablesen möglicher Trendlinien und Tendenzen.

[www.it-cloud-index.de](http://www.it-cloud-index.de)

## Big Data: Reifegrad unter der Lupe

**B**ig Data Analytics steht ganz oben auf der Agenda des Top-Managements in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Dies ist ein Ergebnis der Studie „Wettbewerbsfaktor Analytics 2014“ der Universität Potsdam in Zusammenarbeit mit dem Softwarehaus SAS. So befürwortet die deutliche Mehrheit der Unternehmenslenker in der DACH-Region den Einsatz von Business-Analytics-Lösungen für die zielgerichtete Nutzung von Big Data: In der Schweiz sehen das 65 Prozent der Befragten so, in Deutschland über 80 Prozent und in Österreich sogar 100 Prozent. Gleichzeitig geben 45 Prozent der aktuell befragten Unternehmen an, dass sich ihre Kompetenz im Bereich Business Analytics nur langsam weiterentwickelt. 64 Prozent verweisen sogar auf Anwendungsbarrieren aufgrund „fehlender Kenntnisse über die Möglichkeiten und den Nutzen weitreichenderer Analysen“.

Business Analytics steht nicht für vergangenheitsorientiertes Reporting im Sinne klassischer Business Intelligence, sondern für den zukunftsorientierten Umgang mit erfolgsrelevanten Fragen und Szenarien. Die Studie basiert auf der Grundannahme, dass der analytische Reifegrad eines Unternehmens Rückschlüsse auf dessen Wettbewerbsfähigkeit zulässt. Orientiert an den durchschnittlichen Reifegraden der jeweiligen Branche können Firmen leicht ablesen, wo sie selbst stehen und welche Wettbewerbsvorteile sich durch einen Ausbau der analytischen Kompetenzen erschließen lassen. Flankierend zu den Studienergebnissen hat die Universität Potsdam eine Checkliste veröffentlicht. Diese dient als Self-Assessment für die Beurteilung des eigenen analytischen Reifegrades.

[www.wettbewerbsfaktor-analytics.de](http://www.wettbewerbsfaktor-analytics.de)



## ZUR PERSON

Norbert Höpfner wurde Anfang November 2013 zum Interimsleiter des Geschäftsbereichs Printing Solutions berufen. In seiner Rolle berichtet er direkt an Roland Schweyer, Director IT Cluster & B2B bei der Samsung Electronics GmbH. Seit seinem Eintritt bei Samsung im Jahr 2010 war Norbert Höpfner als Senior Sales Manager B2B für den Vertrieb der Printing-Produkte an Unternehmenskunden zuständig. Zuvor war er als Vertriebsleiter bei Burda Worldwide Technologies sowie in leitenden Vertriebspositionen bei Ricoh und Canon tätig.







# ➤ Der Blaue Engel ist das wichtigste Label überhaupt“

Norbert Höpfner ■ Head of Samsung Printing Solutions

## Business&IT: Wie viele Drucksysteme von Samsung haben bereits einen Blauen Engel?

**Norbert Höpfner:** Derzeit sind insgesamt 54 Drucker und Multifunktionsgeräte in Farbe und Schwarz-Weiß mit dem Blauen Engel ausgezeichnet. Die Zertifizierung bezieht sich dabei bereits auf die Richtlinie RAL-UZ 171, die seit dem ersten Januar letzten Jahres für alle neu geprüften Geräte gilt. Somit trägt bereits nahezu das gesamte aktuelle Portfolio von Samsung, inklusive unserer zehn multifunktionalen A3-Kopiersysteme, das neue Umweltsiegel. Derzeit gibt es im Laserbereich keinen anderen Hersteller, der mehr Geräte anbieten kann, die den neuen Blauen Engel als Umweltzeichen tragen. Die komplette Liste der nach RAL-UZ 171 zertifizierten Drucker und Multifunktionsgeräte befindet sich auf der Internetpräsenz des Blauen Engels [www.blaue-engel.de](http://www.blaue-engel.de) in der Kategorie „Bürogeräte“ mit Druckfunktion – RAL UZ 171.

## Warum ist der Blaue Engel so wichtig für Samsung?

**Norbert Höpfner:** Der Blaue Engel gehört seit nun mehr als 35 Jahren zu den renommiertesten Umweltzeichen weltweit und stellt unserer Meinung nach in Deutschland das wichtigste Label überhaupt dar. Die Beteiligung des Bundesministeriums für Umwelt, des Umweltbundesamtes sowie verschiedener unabhängiger Stellen garantiert für den Anwender sowohl die Neutralität als auch den gleichbleibend hohen Standard der Vergabekriterien. Durch die ständige Anpassung der Richtlinien ist gewährleistet, dass die so ausgezeichneten Geräte tatsächlich auch den jeweils aktuellen Anforderungen an die Umwelt- und Gesundheitsverträglichkeit gerecht werden.

Dies zeigt sich beispielsweise besonders in der Integration der Feinstaubmessung, die mit der RAL-UZ 171 eingeführt wurde: Hierbei wird erstmals zwischen feinen und ultrafeinen Partikeln unterschieden, sodass die neue Zertifizierung eine besonders geringe Belastung durch Schadstoffe in der Raumluft garantiert. Aufgrund der hohen Fertigungsdichte von bis zu 95 Prozent ist Samsung in der Lage, die Kontrolle über die verbauten Komponenten seiner Geräte auszuüben. So produzieren wir seit jeher nur Drucker und Multifunktionsgeräte, die weitgehend recycelbar sind und die so wenig Belastungen wie möglich zur Folge haben. Dies zeigt sich auch daran, dass selbst einige unserer älteren Systeme bereits von Anfang an den Kriterien des heute gültigen Blauen Engels entsprochen haben.

## Wird es Zukunft nur noch Samsung-Drucker mit blauen Engeln geben?

**Norbert Höpfner:** Dies ist unser erklärtes Ziel! Der Schutz der Gesundheit der Anwender und der Umwelt ist ein Thema, das bei Samsung einen sehr hohen Stellenwert einnimmt. Samsung gehört seit Jahren zu

den umweltfreundlichsten Unternehmen weltweit und wurde beispielsweise 2011 im Dow Jones Sustainability Index (DJSI) als nachhaltigstes Unternehmen der Technologiebranche ausgezeichnet. Um die Umwelt noch weiter zu schonen und den Gesundheitsschutz seiner Kunden zu erhöhen, hat Samsung 2009 die Initiative „PlanetFirst“ ins Leben gerufen und seitdem weit mehr als zwei Milliarden Euro in die Forschung und Entwicklung nachhaltiger Produkte und umweltfreundlicher Produktionsstätten investiert. Ziel all unserer Aktivitäten ist es, Management, Produkte, Prozesse und Arbeitsplätze „grüner“ zu gestalten. Eine spezielle Managementrichtlinie beinhaltet die fortlaufende Verbesserung der Umweltfreundlichkeit im Hinblick auf alle unsere Geschäftsaktivitäten, einschließlich des Produktdesigns, der Herstellungsprozesse sowie der Abläufe am Arbeitsplatz. Oberstes Ziel von Samsung ist es, zu einem Leben mit gutem ökologischem Gewissen beizutragen – durch Technologien, die das Leben der Menschen bereichern.

## Spielen solche Auszeichnungen bei der Projektvergabe tatsächlich eine Rolle?

**Norbert Höpfner:** Absolut, denn der Blaue Engel gilt mittlerweile als Standardspezifikation bei Druckgeräten. Mit dem Ruf, die weltweit umfangreichste und strengste Umweltzertifizierung für Bürogeräte zu sein, ist das Label gerade im Projektgeschäft mit Behörden und Organisationen von immenser Bedeutung. Hier fallen Geräte ohne diese Auszeichnung meist sehr schnell durch das Raster. Durch das immer stärkere Verantwortungsbewusstsein von Unternehmen im Hinblick auf Umwelt- und Gesundheitsbelastungen gewinnt das Siegel auch hier immer mehr an Relevanz. Die Ausschreibungen, die das Vorhandensein des Blauen Engels als Standardanforderung haben, nehmen immer mehr zu und gehören somit mittlerweile auch in diesem Bereich zum absoluten „Muss“.

## Was steht außer dem Blauen Engel sonst noch auf der Umwelt-Agenda bei Samsung?

**Norbert Höpfner:** Wie schon erwähnt, beschäftigt sich unsere Initiative „PlanetFirst“ mit der Optimierung der gesamten Wertschöpfungskette unserer Produkte. Für Drucker und Multifunktionsgeräte bietet Samsung beispielsweise auch eine branchenweit einzigartige Tonersparfunktion, die den Verbrauch um bis zu 30 Prozent senken kann und somit deutlich weniger Müll zur Folge hat. Qualitätseinbußen müssen dabei nicht in Kauf genommen werden, da nicht die Auflösung reduziert wird, sondern lediglich der Tonerauftrag pro Punkt. Dazu bieten wir auch ein kostenfreies Rücknahmeprogramm verbrauchter Tonerkartuschen an, um sie dem Wiederverwertungskreislauf zuzuführen.



## Bingler leitet AK ERP beim BITKOM



Der Sprecher der Geschäftsführung der GUS Deutschland GmbH, **Dirk Bingler**, wurde zum Vorsitzenden des Arbeitskreises Enterprise Resource Planning im Hightech-Verband BITKOM gewählt. Zu seinen Stellvertretern wählten die BITKOM-Mitglieder Dr. Karsten Sontow, den Vorsitzenden der Trovarit AG in Aachen, und Boris Krstic, Mitglied der Geschäftsleitung der Actindo GmbH.

Der Arbeitskreis ERP soll – eingebunden in die umfassende Verantwortung des BITKOM – mittelständischen ERP-Herstellern eine Stimme geben im Hinblick auf die Bewältigung von generellen Herausforderungen rund um Globalisierung, Markttrends und vor allem im Hinblick auf den Fachkräftemangel. Speziell für die Steigerung der Attraktivität bei zukünftigen potenziellen Mitarbeitern ist es vornehmlich Aufgabe des Arbeitskreises, die zentrale Rolle wie auch die Attraktivität des Themenkomplexes ERP als Königsdisziplin der IT-Projekte herauszuarbeiten und über geeignete Kanäle zu kommunizieren.

[www.gus-group.com](http://www.gus-group.com)

## Nadella ist neuer Microsoft-CEO

Der Verwaltungsrat der Microsoft Corp. hat **Satya Nadella** Anfang Februar zum Chief Executive Officer und Mitglied des Verwaltungsrats ernannt. Vor der Ernennung war Nadella als Executive Vice President der Microsoft Cloud and Enterprise Group tätig.

Seit seinem Eintritt in das Unternehmen 1992 war Nadella maßgeblich verantwortlich für viele Veränderungen. Er entwickelte neue Strategien und Technologien, die das gesamte Produkt- und Service-Portfolio des Unternehmens abdeckten. Vor allem bestimmte Nadella die Ausrichtung auf die Cloud sowie die Entwicklung einer der weltweit größten Cloud-Infrastrukturen, in der Services wie Bing, Xbox, Office und weitere Dienste betrieben werden. „Es gibt keine größere Ehre für mich, als ausgewählt worden zu sein, das Unternehmen zu leiten“, so Nadella. „Der Wandel birgt gewaltige Chancen für Microsoft, aber um sie zu ergreifen, müssen wir uns klar fokussieren, schneller agieren und das Unternehmen auch in der Zukunft weiterhin einem Wandel unterziehen.“



[www.microsoft.com/de](http://www.microsoft.com/de)



## Teufel wechselt zu Sony Mobile

Sony Mobile Communications Deutschland erweitert sein Management-Team in Deutschland. Die Sony-Tochtergesellschaft hat **Gernot Teufel** zum Country Head Germany ernannt. Seit Anfang Februar 2014 ist Teufel damit für die deutschen Vertriebskanäle verantwortlich und berichtet direkt an Gerhard Sturm, President und Head of Customer Unit Central Europe. In dieser Unit hat Sony Mobile Communications das Geschäft von drei Regionen mit 19 Ländern zusammengefasst.

Teufels neue Position wurde laut Sony aufgrund der stetig wachsenden Nachfrage nach seinen Produkten und Services neu geschaffen. Mit mehr als 20 Jahren Tätigkeit im Telekommunikationsmarkt bringe Teufel wertvolle Erfahrungen für die Position des Deutschland-Chefs mit. Der Diplom-Kaufmann war in leitenden

Funktionen bei verschiedenen Unternehmen tätig und verfügt über profunde Kenntnisse der Marktlanschaft sowohl im Festnetz- als auch im mobilen Geschäft.

[www.sonymobile.com/de](http://www.sonymobile.com/de)

## Dr. Hübschen folgt auf Gronau

Zum Jahreswechsel übergab Oliver Gronau den Staffelstab an **Dr. Thorsten Hübschen**. Er ist der neue Business Group Lead Microsoft Office Division (MOD) für Microsoft Deutschland und berichtet an Dr. Klaus von Rottkay, Leiter Marketing & Operations. Oliver Gronau wechselte zum 1. Januar 2014 in die Rolle des Anti Piracy Lead für Deutschland. In dieser Funktion berichtet er direkt an Floris van Heijst, General Manager Mittelstand und Partner.

Dr. Thorsten Hübschen kehrt damit zu seinen Anfängen zurück. Er startete im April 2006 bei Microsoft Deutschland in der damaligen BG Information Worker als Product Marketing Manager für Project & Visio. So verantwortete er die Einführung der Kampagne Business Productivity Infrastructure Optimization (BPIO) in Deutschland und leitete anschließend als Group Manager das Office und Unified Communications Team in der Microsoft Office Division.



[www.microsoft.com/de](http://www.microsoft.com/de)

Neu!



Nur 98,- € zzgl. MwSt.

## Jetzt können Sie abrechnen

Machen Sie sich **Fit für Reisekosten 2014**:

- › Erfahren Sie im **Online-Seminar** alles Wissenswerte zur Reform und den Gestaltungsmöglichkeiten für die Praxis
- › Prüfen Sie Ihr Wissen im enthaltenen **e-Training** indem Sie Fragen zum Thema beantworten
- › Setzen Sie die Änderungen zu den Reformthemen mit dem integrierten **Rechner** und den **Arbeitshilfen** korrekt in der Praxis um



Jetzt fit machen unter:  
[www.haufe.de/reisekosten2014](http://www.haufe.de/reisekosten2014)

Oder rufen Sie an: 0800 72 34 244 (kostenlos)

**HAUFE.**





Beim Ausfall kritischer Infrastrukturen drohen Verluste in Milliardenhöhe. Für die IT-Netzwerke in Europa wird es in Zukunft deshalb **verbindliche Sicherheitstests** und eine Meldepflicht für Angriffe geben.

Johannes Fritzsche

# Brüsseler Netzwerk-TÜV

**N**eben dem Datenklau durch westliche oder östliche Nachrichtendienste, Mitbewerber und Lohn-Hacker dürfte der provozierte oder fahrlässige Ausfall der IT-Infrastruktur für Unternehmen und Organisationen zu den schlimmsten Bedrohungsszenarien zählen. Im Extremfall mit volkswirtschaftlich katastrophalen Auswirkungen.

Nach Angaben des Weltwirtschaftsforums besteht eine zehnpromtente Wahrscheinlichkeit, dass es im kommenden Jahrzehnt zu einem großen Ausfall kritischer Infrastrukturen kommt, der Schäden in Höhe von 250 Milliarden US-Dollar verursachen könnte. Auch Szenarien dieser Art hatte die EU-Kommission im Auge, als sie im Februar 2013 einen Richtlinienvorschlag zur Netz- und Informationssicherheit (NIS) veröffentlichte, als Teil einer Gesamtstrategie zum Schutz von Unternehmen und Bürgern vor Online-Kriminalität.

## Vernachlässigte Vorsorge

Die EU-Kommission reagierte damit auf das trotz der großen Risiken verbreitete laxte Sicherheitsbewusstsein. Obwohl einerseits mehr als die Hälfte von befragten Firmen gravierende „NIS-Vorfälle“ verzeichneten, hatten andererseits Eurostat-Zahlen belegt, dass im Januar 2012 nur 26 Prozent der Unternehmen in der EU förmlich festgelegte Sicherheitsvorgaben für die Informations- und Kommunikationstechnik hatten.

Seither ist die Lage nicht besser geworden. „Ich bin besorgt über die zunehmend komplexen Formen neu auftauchender Malware, dabei haben wir bislang nur die Spitze des Eisbergs gesehen“, warnte Troels Oerting, Leiter des vor einem Jahr gegründeten European Cybercrime Center EC3, bei der kürzlichen Vorlage seines EC3-Reports 2014.

Bislang sind nur Telekommunikationsunternehmen rechtlich dazu verpflichtet, Maßnahmen für das Risikomanagement zu ergreifen und gravierende NIS-Vorfälle zu melden. Aber auch andere Branchen sind von funktionierenden Netzen und Informationssystemen abhängig und sollen durch die neue Richtlinie erfasst werden.

Im Blick hat die EU-Kommission Banken und Börsen, die Energiebranche, den Luft-, Schienen- und Seeverkehr sowie die Logistik, das Gesundheitswesen und öffentliche Verwaltungen. Auch Internetdienste sollen nach dem Willen der EU-Kommission Risikomanagementmethoden einführen und große Sicherheitsvorfälle in ihren Kerndiensten melden.

Im Blick hat die EU-Kommission Banken und Börsen, die Energiebranche, den Luft-, Schienen- und Seeverkehr sowie die Logistik, das Gesundheitswesen und öffentliche Verwaltungen. Auch Internetdienste sollen nach dem Willen der EU-Kommission Risikomanagementmethoden einführen und große Sicherheitsvorfälle in ihren Kerndiensten melden.

## Meldepflicht geplant

Fast genau ein Jahr nach ihrer Vorlage durch die EU-Kommission hat der Binnenmarktausschuss des EU-Parlaments Ende Januar seine Position zur Richtlinie verabschiedet. Wie Andreas Schwab (CDU), zuständiger Berichterstatter des Europaparlaments, aus dem Ausschuss mitteilt, sollen IT-Netzwerke sogenannter kritischer Infrastrukturen in Zukunft regelmäßigen Sicherheitstests unterzogen werden.

Kleinere Unternehmen sollen das selbst durchführen können. In besonders kritischen Wirtschaftssektoren wie etwa Energie, Gesundheit oder Verkehr sollen die Tests von externen Prüfern durchgeführt werden. Zuständig sind die nationalen Behörden, im Falle Deutschlands das Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI).

Unternehmen müssen zudem Angriffe auf ihre IT-Netzwerke den zuständigen nationalen Behörden melden, die wiederum in einem europäischen Netzwerk zusammenarbeiten und Informationen austauschen. Bis zum Herbst dieses Jahres wollen sich EU-Parlament und Mitgliedstaaten über den endgültigen Text der Richtlinie einigen. Die neuen Standards könnten dann 2016 in Kraft treten.

[ rm ]



> **Wir müssen die Abwehr der Bedrohung der IT-Sicherheit gemeinsam in Angriff nehmen. Dazu brauchen wir aber keine neue EU-Superbehörde – die nationalen Behörden haben hier durchaus Expertise und können auch voneinander lernen.“**

Andreas Schwab ■

Binnenmarktpolitischer Sprecher der EVP-Fraktion im Europaparlament

## Storage im Wandel

**D**ie Transformation von Storage-Umgebungen bietet Unternehmen sowohl Chancen als auch Herausforderungen. Während die Bündelung von Speicher zu einer größeren Capacity Utilisation Rate führt, bleibt die Datensicherheit ein wichtiger, zu adressierender Aspekt. Denn Angriffe auf zentralisierte Informationen bergen ein höheres Schadensrisiko als Attacken auf Daten in isolierten Umgebungen.

Die Speicher-Virtualisierung hat sich in letzter Zeit immens weiterentwickelt und bietet IT-Verantwortlichen heute nicht nur eine bedeutend größere Flexibilität, sondern dient auch als Basis ihrer IT-Abteilungen.

Deutsche Unternehmen haben mittlerweile erste Erfahrungen mit Storage-Virtualisierung gemacht und somit die Vorteile aus erster Hand erlebt. Durch die Virtualisierung der IT-Infrastruktur konnte die Anzahl der physischen Server und Speichermedien in den Firmen reduziert werden. Dies wiederum führte zu einer Reduzierung der Gesamtbetriebskosten der existierenden Infrastruktur. Viele Unternehmen bewegen sich derzeit von einer virtualisierten hin zu einer „echten“, transformierten Storage-Umgebung, indem sie sich von ihren Altlasten befreien und mithilfe von Cloud-basierten Lösungen flexibler und effizienter auf die geschäftlichen Entwicklungen reagieren können.

Bei der Konferenz IDC Directions: Storage Transformation 2014 informieren die Experten von IDC und Konferenzpartnern kompakt, praxisnah und zielorientiert an nur einem einzigen Vormittag über aktuelle Trends und Strategien im Storage-Bereich. Die Teilnehmer erhalten ein umfassendes Update über die neuesten Marktentwicklungen. Die Veranstaltung findet am 28. März 2014 im Hotel Hilton Munich City in München statt.

[www.idc.com/de/storage2014](http://www.idc.com/de/storage2014)



## Strategien für UC & Mobility

**U**nternehmen reagieren nicht mehr nur auf die Bedürfnisse ihrer Mitarbeiter, um auch unterwegs produktiv zu sein, sie integrieren Unified Communications (UC) & Mobility mittlerweile proaktiv in ihre Unternehmensstrategien. Dabei geht es heute neben dem eigentlichen Thema auch um weitere wichtige Bereiche, wie Sicherheit, Applikationen und Prozesse. UC & Mobility wird als ein Werkzeug verstanden, Geschäftsprozesse zu verbessern, Reaktionszeiten zu verkürzen, größere Flexibilität zu ermöglichen und die Kundenzufriedenheit zu steigern.

Die Fülle vorhandener UC- und Mobility-Strategien lässt gerade professionelle Anwender bei ihren Entscheidungen über die optimale Strategie zögern. In vielen Fällen ist nicht eindeutig erkennbar, wie und mit welchem Erfolg sich die verschiedenen Technologien effektiv kombinieren lassen. Es fehlt an konkreten Szenarien zur Maximierung des unternehmerischen Nutzens. In einer kürzlich von IDC durchgeführten Studie zum Thema Mobile Enterprise gaben 56 Prozent der Befragten an, dass das Training des Personals der wichtigste Faktor sei, um IT-Sicherheit zu gewährleisten. Auch die unternehmensweite Kommunikation von eindeutigen und transparenten Richtlinien für die Nutzung von mobilen Endgeräten und Collaboration Tools wird als wichtiger Bestandteil zur Reduktion von IT-Sicherheitsrisiken angesehen.

Die IDC Unified Communications & Mobility Conference 2014 bietet den Teilnehmern wertvolle Hilfestellungen bei der Identifikation der optimalen UC- und Mobility-Strategie für ihre Organisation. Die Experten von IDC und den Konferenzpartnern geben dabei tiefe Einblicke in aktuelle Trends und Entwicklungen zum Thema Unified Communications & Mobility sowie ein umfassendes Update über die neuesten am Markt verfügbaren Produkte und Lösungen.

Die Veranstaltung findet am 26. März 2014 im Hotel Hilton in Frankfurt am Main statt.

[www.idc.com/de/ucm2014](http://www.idc.com/de/ucm2014)





## Das Tempo ist so wichtig wie der Inhalt:

Zum Start seiner neuen Kolumne erläutert Matthias Kolbusa, warum Geschwindigkeit im Geschäft per se ein Kernprinzip sein sollte. Denn nur wer von Anfang an richtig Fahrt aufnimmt, kommt pünktlich ans Ziel.

Matthias Kolbusa

### DER AUTOR



**Matthias Kolbusa** ■ Als Redner und Unternehmer, als Autor und aktives Mitglied des Club of Rome: Matthias Kolbusa ist ein „Andersdenker“. Als Berater unterstützt er das Top-Management internationaler Konzerne und ambitionierter Mittelständler dabei, ihre Unternehmen auf Erfolgskurs zu halten. Dabei agiert er stets nach der Maxime, dass nicht besser, sondern anders erfolgreich macht.

[www.executive.de](http://www.executive.de), [www.kolbusa.de](http://www.kolbusa.de)

# Geben Sie Gas!

Zwei Mal bekam ich diese Woche von Klienten die Frage gestellt, wo man am besten ansetzen solle, um ein Programm zu beschleunigen. Man sei hinter dem Zeitplan und die Leute wären nicht mehr motiviert. Meine Antwort darauf: „Genau da.“ – Klient: „Wo?“ – „Direkt am Symptom, das hier meist gleichzeitig Wurzel ist: an der Geschwindigkeit.“

Meine Erfahrung ist, dass Dinge umso schwieriger und schlimmer werden, je länger sie dauern. Umsetzungscomplexität kann nur bezwungen werden, wenn alle Beteiligten in hoher Geschwindigkeit durch den Prozess gezogen werden. Mir geht es bei dieser Aussage in erster Linie um die Haltung und Überzeugung, dass wir die Dinge zügig erledigen müssen. Denn wieso ziehen sich Projekte in die Länge?

## Schnell starten, schnell ankommen

Einmal abgesehen von der uns Menschen leider innewohnenden Trägheit, die es täglich zu überwinden gilt, doch nicht, weil wir nicht versuchen, die Projekte zügig zu erledigen. Sondern weil wir gerade in größeren Organisationen die Tendenz haben, uns absichern zu müssen und alles genau bedacht und durchgeplant zu haben. Doch erfolgreiche Umsetzungen zeichnen sich durch Geschwindigkeit aus. Dies mache ich an vier Punkten fest:

- > Je länger wir über etwas nachdenken oder in Runden besprechen, desto mehr Gründe, Möglichkeiten und Risiken fallen uns ein, warum Dinge nicht gehen. Aber müssen wir nicht sicherstellen, das Richtige zu machen? Meiner Beobachtung nach ist der einzige Weg, dies herauszufinden, es zu tun.
- > „Vom Bauch“ her wissen wir alle meist sehr genau, was wie zu tun ist. Wir müssen einfach nur in die sprichwörtlichen Gänge kommen und in Bewegung bleiben.
- > Arbeit dauert so lange, wie man ihr Zeit gibt. Wird dieses Prinzip richtig beachtet, sorgt es für enorme Produktivität, indem wir gezwungen

sind, uns auf das wirklich Wichtige zu konzentrieren.

- > Da Dauer sehr häufig mit der Anzahl an Beteiligten korreliert, gilt ebenso: Je mehr Leute involviert sind, desto zäher gestaltet sich der Prozess. Wir übertreiben es leider zu häufig mit der Einbindung.

## Die Wahl der Beifahrer

Wenn sie schnell fahren, haben Sie wenig Möglichkeit, sich selbst durch alle möglichen interessanten Dinge ablenken zu lassen. Sie sind voll auf das Ergebnis fokussiert. Zudem haben Ihre Mitfahrer keine Chance, auszusteigen, sich etwas anderes zu überlegen oder neue Routenvorschläge zu machen. Entscheiden Sie also selbst, mit welcher Geschwindigkeit Sie Ihre Themen „fahren“ wollen.

Dabei sollte Ihnen klar sein: Je schneller Sie sein wollen, desto weniger Leute können Sie mitnehmen. Denn Ziel und Sinn müssen von allen Mitfahrern verstanden worden sein. Mit einem Motorrad können Sie zwar maximal beschleunigen, aber auch nur eine weitere Person mitnehmen. Das sieht bei einem Porsche schon etwas anders aus.

Viele von uns sind von Anbeginn eher mit einem Traktor inklusive riesigem Anhänger unterwegs. Wir wollen alle mitnehmen, gehen das jedoch falsch an. Nicht der Stärkere gewinnt, sondern der Schnellere.

## Die Geschwindigkeits-Prinzipien:

1. Überlegen Sie genau, wie viele Leute Sie wirklich bei sich im Wagen mitnehmen müssen. Meist sind es weniger, als Sie glauben.
2. Wählen Sie das schnellste Gefährt aus, das Ihnen zur Verfügung steht. Aber eines, mit dem Sie auch trainiert sind! Es bringt nichts, wenn Sie bisher Reisebus gefahren sind und nun auf einmal verteilt auf zehn Ferraris unterwegs sein wollen.
3. Sorgen Sie dafür, dass kontinuierlich immer wieder gewartet und trainiert wird. Je schneller Sie fahren, desto wartungsintensiver ist der Motor.

Ich wünsche Ihnen eine gute Fahrt!

[rm]



# Ich lese **Business&IT** auf dem Notebook – und zwar **kostenlos!\***



\*Unter [www.keosk.de/de/Fachmagazin](http://www.keosk.de/de/Fachmagazin) Monat für Monat Business&IT gratis lesen.  
Voraussetzung: Browser und Internetverbindung.

Ich lese **Business&IT** auf dem Tablet – und zwar **kostenlos!\***



\*Einfach im App Store oder in Google Play nach Business&IT suchen, gratis installieren und **Monat für Monat Business&IT gratis downloaden**. Voraussetzung: Smartphone oder Tablet mit iOS 5 oder Android.





Der aktuelle Cisco Security Report informiert Unternehmen über die wichtigsten Sicherheitsrisiken und gibt einen Ausblick auf **die Security-Trends des Jahres**. Der aktuelle Bericht verzeichnet die meisten Schwachstellen seit Beginn der Messungen im Jahr 2000. Gleichzeitig fehlen weltweit fast eine Million IT-Sicherheitsexperten.

Lauren Reimler



> **Für einen echten Schutz müssen Unternehmen die Motivationen und Methoden der Angreifer verstehen – vor, während und nach den Angriffen.“**

**John N. Stewart** ■ Senior Vice President und Chief Security Officer Threat Response, Intelligence and Development bei Cisco

# Die Gefahr steigt

**D**er bereits zum siebten Mal veröffentlichte Cisco Annual Security Report beschreibt die wichtigsten Cybersecurity-Tendenzen und gibt Empfehlungen, wie Organisationen ihre Systeme, Anwendungen und Netzwerke besser schützen können.

Demnach dominieren heute organisierte Banden von Cyberkriminellen. Sie sind finanziell gut ausgestattet, nutzen intelligente Technologien und können große Schäden anrichten – sowohl wirtschaftlich als auch für den guten Ruf von Unternehmen und Behörden. Aktuelle Angriffsmethoden bleiben: Diebstahl von Passwörtern und Zugangs-codes per Social Engineering, unbemerktes Einführen von Schadsoftware sowie Ausnutzen des für Online-Banking, E-Government oder soziale Medien nötigen Vertrauens.

## Neue Möglichkeiten für Angreifer

Außerdem führt die schnelle Zunahme von intelligenten mobilen Geräten und Cloud Computing zu komplexeren Strukturen mit größerer Angriffsfläche. Diese neuen Geräteklassen und Infrastruktur-Architekturen eröffnen Angreifern neue Möglichkeiten, unbekannte Schwachstellen und unzureichend geschützte Zugänge auszunutzen.

Cyberkriminelle greifen inzwischen häufiger Internet-Infrastrukturen als einzelne Computer oder Geräte an. Der Zugang zu strategisch wichtigen Webhosting-Servern, Nameservern oder Rechenzentren ermöglicht nämlich das Auslesen einer großen Menge individueller Daten.

Weltweit werden 2014 dementsprechend eine Million Sicherheitsexperten fehlen. Diese wären nötig, um Unternehmen in die Lage zu versetzen, allgegenwärtige Angriffe zu entdecken und rechtzeitig effektive Schutzmaßnahmen einzuführen.

## Weitere Ergebnisse

Der Cisco 2014 Annual Security Report hat zudem Folgendes herausgefunden:

- > Schwachstellen und Bedrohungen haben das höchste Niveau seit den ersten Messungen im Mai 2000 erreicht. Im Oktober 2013 stieg die Gesamtzahl im Vergleich zum Vorjahr um 14 Prozent.
- > Bei einer Auswahl von 30 der größten multinationalen Unternehmen haben die Experten von Cisco festgestellt, dass deren Netzwerke Verkehr zu Webseiten generieren, auf denen Malware gehostet wird, 96 Prozent übertrugen Daten auf infizierte Server und 92 Prozent auf Webseiten ohne Inhalt, die meist Schadsoftware enthalten.
- > Die Anzahl und Gefährlichkeit von Distributed-Denial-of-Service-Angriffen (DDoS) hat deutlich zugenommen. Einige davon dienen zur Ablenkung von anderen schädlichen Aktivitäten wie Leistungsbetrug, zum Beispiel indem auf Kosten des Nutzers auf Rechenkapazitäten zugegriffen wird.
- > Die häufigste webbasierte Schadsoftware waren mit 27 Prozent Multipurpose-Trojaner. 23 Prozent gehen auf das Konto schädlicher Scripts (zum Beispiel iframes) und 22 Prozent von Trojanern zum Datendiebstahl.
- > Java bleibt weiterhin die am häufigsten ausgenutzte Programmiersprache, mit 91 Prozent an IOCs (Indicators of Compromise), so die Daten von Sourcefire.
- > 99 Prozent aller mobilen Schadprogramme waren auf Android-Geräte zugeschnitten, dabei dominierte Andr/Qdplugin-A mit 43,8 Prozent, getarnt als (modifizierte) Kopie einer legitimen App und verteilt durch nicht offizielle Marktplätze.
- > Bezogen auf die Branchen waren Pharmazie, Chemie und Elektronikhersteller am meisten gefährdet. Aber selbst bislang verschonte Sektoren wie Landwirtschaft und Bergbau geraten zunehmend ins Visier. Ebenfalls stiegen die Angriffe auf die Energiewirtschaft. [rm]



# Für Meister und Macher

Als Chef möchten Sie nichts aus der Hand geben, auch nichts rund um die Finanzen Ihres Geschäfts. Und das müssen Sie auch nicht! Denn ob Einsteiger, Umsteiger oder ambitionierter Anwender, ob als Selbständiger oder in Unternehmen: Lexware bietet für jeden Bedarf die passende Lösung.



Alle Produkte  
4 Wochen  
kostenlos zum  
Test mit 100%  
Rückgabe-  
garantie

## DIE SOFTWARE, DIE ZU IHNEN PASST

Jeder Chef, egal ob Ein-Mann-Unternehmer oder Chef eines kleinen Betriebs, hat gern die Kontrolle über sein Geschäft. Dabei soll aber nicht der Bürokratismus die meiste Zeit verschlingen. Lexware hat für jeden Bedarf und jeden Einsatzbereich die optimale kaufmännische Lösung. Die Angebotspalette reicht von Einzellösungen und Kombipaketen bis hin zu Komplettlösungen, mit denen Sie ganz einfach sämtlichen „Papierkram“ mit nur einer Software erledigen können. Fast alle Produkte sind zudem mit erweitertem Funktionsumfang auch in der **plus-** und **pro-**Version erhältlich. Und das Beste dabei: Sie brauchen keinerlei Vorkenntnisse und sind gesetzlich immer automatisch auf dem aktuellsten Stand – egal, ob Sie sich für eine Einzel- oder eine Komplettlösung entscheiden.

**Die Einzellösungen:** „Lexware buchhalter 2014“, „Lexware faktura+auftrag 2014“ und „Lexware lohn+gehalt 2014“ sind ideal für Buchhaltung, Faktura und Auftragsverwaltung und Mitarbeiterverwaltung sowie Lohn- und Gehaltsabrechnung.



**Die Komplettlösung:** „Lexware financial office 2014“ ist ein Universalwerkzeug für sämtliche Arbeiten im Büro. Denn es übernimmt die komplette Buchhaltung und die Lohn- und Gehaltsabrechnung sowie die Warenwirtschaft.



**Für die, die oft unterwegs sind:** Mit der webbasierten Business-Software lexoffice erledigen Sie Ihre Büroarbeit einfach von überall aus. Über die kostenlose App greifen Sie sogar mit dem iPad auf Ihre Daten zu!



**Die Kombilösung:** „Lexware business plus 2014“ enthält alle Funktionen, die im Business gebraucht werden: von der Auftragsbearbeitung bis hin zur Buchhaltung.



## 6 GUTE GRÜNDE, SICH FÜR LEXWARE ZU ENTSCHEIDEN:

### ✓ EINFACHE UND EFFEKTIVE LÖSUNGEN

Alle Produkte sind **einfach und intuitiv** zu bedienen, simpel strukturiert und bieten Schritt-für-Schritt-Anleitungen. Damit ist die Nutzung der Produkte auch für Einsteiger kein Problem.

### ✓ GARANTIERT FAIR

Können Sie sich dennoch nicht gleich für ein Produkt entscheiden, macht Lexware ein faires Angebot: einen risikolosen und **kostenlosen 4 Wochen-Test**. Sind Sie mit dem Produkt nicht zufrieden, bekommen Sie zu 100% Ihr Geld zurück. Diese Fairness beweist nicht nur hohe Qualität, sondern schafft auch Vertrauen. Auf Lexware können Sie sich verlassen.

### ✓ HOHE FLEXIBILITÄT

Sie haben die Wahl: **Abo** oder **Einmalkauf**. Beim Abo müssen Sie sich keine Gedanken über die Aktualität machen, alle Updates sind inklusive. Sie wissen genau was Sie benötigen? Dann erhalten Sie mit dem Einmalkauf der Lizenz 1 Jahr lang eine Aktualitätsgarantie. Natürlich können Sie auch jederzeit ins Abo wechseln.

### ✓ MOBILE CLOUD-LÖSUNG

Sie müssen Ihre Geschäfte oft von unterwegs erledigen? Mit der optionalen Cloud-Lösung **Lexware mobile** haben Sie überall Zugriff auf sämtliche Kunden-, Artikel- und Auftragsdaten, über Smartphone, Tablet-PC oder Laptop.

### ✓ KOMPETENZ UND SERVICE

Mit einem Produkt von Lexware treffen Sie immer die richtige Wahl, denn nicht umsonst ist Lexware Marktführer in Deutschland. Eine interne Kundenbefragung ergab **94% Kundenzufriedenheit** – diese Zahlen sprechen für sich!

### ✓ AUSGEZEICHNETE SOFTWARE

Die Produkte von Lexware wurden allein in den letzten 12 Monaten über 50 mal ausgezeichnet. Das zeigt die hohe Qualität der Software.

Mehr Informationen zu den Lösungen und Möglichkeiten finden Sie unter **www.lexware.de**



# Nicht ohne meinen Kunden

Ist es **wettbewerbswidrig**, wenn ehemalige Mitarbeiter versuchen, Kunden ihres Ex-Arbeitgebers abzuwerben? Grundsätzlich nicht, aber es gibt rechtliche Grenzen, die beachtet werden müssen. Ansonsten ist Streit vorprogrammiert.

Axel Dreyer

## DER AUTOR



Axel Dreyer ■ Rechtsanwalt

Dreyer ist seit 2009 in der Kanzlei Schürmann Wolschendorf Dreyer tätig und berät Unternehmen schwerpunktmäßig im gewerblichen Rechtsschutz, insbesondere im Marken- und Wettbewerbsrecht sowie Patent- und Geschmacksmusterrecht. Neben der Vertragsgestaltung liegt ein Fokus auf der Vertretung von Unternehmen in Prozessen in diesen Gebieten. Dreyer hat hier eine Vielzahl von Verfahren erfolgreich geführt, bis hin zu wichtigen und veröffentlichten Entscheidungen des Bundesgerichtshofes und des Europäischen Gerichtshofes. Daneben liegt ein Tätigkeitsschwerpunkt im IT-Recht.

Es kommt nicht selten vor, dass Arbeitnehmer nach dem Ausscheiden aus dem Unternehmen entweder selbst ein Konkurrenzunternehmen gründen oder eine Tätigkeit bei einem Wettbewerber aufnehmen und die Kunden des ehemaligen Arbeitgebers kontaktieren, um diese zu dem neuen Unternehmen zu locken.

Gegen derartige Handlungen kann sich der Arbeitgeber durch die Vereinbarung eines nachvertraglichen Wettbewerbsverbotes absichern. Dieses ist aber nur rechtswirksam, wenn dem Arbeitnehmer dafür eine Entschädigungszahlung arbeitsvertraglich zugesichert wird. Da diese je nach Einkommen sehr hoch ausfallen kann, enthalten viele Arbeitsverträge keine entsprechende Klausel. Es stellt sich dann häufig die Frage, ob entsprechende Abwerbhandlungen des ehemaligen Arbeitnehmers wettbewerbswidrig sind. Der ehemalige Arbeitgeber und jetzige Mitbewerber möchte die Handlungen unterbinden, der Arbeitnehmer bis zur Grenze des Erlaubten seine Kontakte nutzen.

## Grundsatz der Wettbewerbsfreiheit

Die Rechtsprechung bewertet das „Abwerben von Kunden“ nach § 4 Nr. 10 UWG (Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb). Danach handelt unlauter, wer einen Mitbewerber gezielt behindert. Dies gilt auch für den Fall, dass der Abwerbende ein ehemaliger Arbeitnehmer des Mitbewerbers ist. Die Rechtsprechung geht dabei immer wieder vom Grundsatz der Wettbewerbsfreiheit aus.

Zwar stellt der Kundenstamm zumeist einen erheblichen, oft auch den einzigen wirtschaftlichen Wert eines Unternehmens dar, aber es handelt sich dabei nicht um ein geschütztes Rechtsgut. Es gibt keinen Bestandsschutz für den Kundenstamm eines Unternehmens (BGH GRUR 2002, 548 – Mietwagenkos-

tenersatz). Das Abwerben von Kunden gehört nach der Rechtsprechung zum freien Wettbewerb, auch wenn dies bewusst und planmäßig geschieht (BGH GRUR 1986, 547 – Handzettelwerbung). Die hierdurch entstehenden Beeinträchtigungen des früheren Arbeitgebers sind hinzunehmen.

Auch ein Telefonanruf eines ausgeschiedenen Mitarbeiters eines Unternehmens bei dessen Kunden, um sie von seinem Ausscheiden und von seiner Tätigkeit für ein neues Unternehmen zu unterrichten, ist zulässig. Dies hat der BGH in einem neueren Urteil entschieden (BGH GRUR 2010, 939 – Telefonwerbung nach Unternehmenswechsel).

## Besondere Umstände

Unlauter wird das Abwerben erst, wenn weitere, besondere Umstände hinzukommen. Das ist zum Beispiel der Fall, wenn der Abwerbende den Kunden unlauter anlockt, indem er die „Rationalität seiner Entscheidung“ ausschaltet (BGH GRUR 2001, 752 – Eröffnungswerbung). Muss der Kunde sich besonders schnell für ein intransparent gehaltenes Angebot entscheiden, kann dies unlauter sein.

Weiter können besondere Umstände vorliegen, wenn der Abwerbende den Kunden zum Vertragsbruch verleitet. Gleiches gilt, wenn der Abwerbende den Mitbewerber, also den ehemaligen Arbeitgeber, bei dem Kunden herabsetzt. Besondere Umstände liegen ferner vor, wenn der Abwerbende fremde Geschäftsgeheimnisse ausnutzt.

Weitere besondere Umstände können vorliegen, wenn der Abwerbende den Kunden durch irreführende Angaben veranlasst, die Geschäftsbeziehung zum Mitbewerber zu beenden. In diesem Fall liegt nicht nur eine gezielte Behinderung nach § 4 Nr. 10 UWG vor, sondern auch eine irreführende und damit nach § 5 Abs. 1 UWG unlautere geschäftliche Handlung.



Im Fall des Abwerbens durch ehemalige Mitarbeiter kommen hier irreführende Angaben in Betracht, die beim Kunden den Eindruck erwecken, der Abwerbende trete (zunächst noch) als Mitarbeiter des Mitbewerbers in Kontakt zum Kunden. Dabei kann gemäß § 5a UWG auch ein Irreführen durch Unterlassen unlauter sein, wenn der Abwerbende den Kunden, bei dem ein Irrtum hervorgerufen wurde, nicht über die tatsächlichen Verhältnisse aufklärt.

### Art der Kontaktaufnahme

Unabhängig von der Frage, ob das Abwerben von Kunden unlauter ist, kann sich eine Unlauterkeit auch durch die Art und Weise der Kontaktaufnahme ergeben. Der ehemalige Arbeitnehmer darf, wenn er rechtmäßig die Kunden des Mitbewerbers abwerben will, diese nicht unzumutbar belästigen. Wann eine unzumutbare Belästigung vorliegt, bestimmt sich nach § 7 Abs. 1 und 2 UWG. Die Voraussetzungen einer Unzulässigkeit der Werbung per E-Mail ist in § 7 Abs. 2 Nr. 3 UWG geregelt, Ausnahmen davon in § 7 Abs. 3 UWG.

Eine Werbung mit einem Telefonanruf gegenüber einem Verbraucher ist unzumutbar, wenn dieser keine ausdrückliche Einwilligung hierfür gegeben hat (§ 7 Abs. 2 Nr. 2 UWG). Gegenüber sonstigen Marktteilnehmern, also zum Beispiel Geschäftskunden, ist die Werbung durch einen Telefonanruf unzumutbar, wenn keine mutmaßliche Einwilligung vorliegt.

Der BGH hat hierzu allerdings in einem Fall entschieden, dass keine un-

zumutbare Belästigung durch einen ehemaligen Arbeitnehmer vorliegt, der Kunden zum Zwecke des Abwerbens anruft. Der Abwerbende darf zumindest eine mutmaßliche Einwilligung der Kunden annehmen, weil diese an der nützlichen Information ein nicht unerhebliches Interesse haben können (BGH GRUR 2010, 939 – Telefonwerbung nach Unternehmenswechsel).

### Zusammenfassung

Besteht kein nachvertragliches Wettbewerbsverbot für den Arbeitnehmer, kann dieser grundsätzlich nach dem Ausscheiden Kunden des ehemaligen Arbeitgebers abwerben. Erst durch weitere, besondere Umstände wird das Abwerben zu einer unlauteren Behinderung des Mitbewerbers gemäß § 4 Nr. 10 UWG.

Wenn der ehemalige Arbeitnehmer falsche Angaben gegenüber dem Kunden macht, kann auch eine irreführende geschäftliche Handlung gemäß § 5 UWG vorliegen. Beachtlich kann zuletzt auch die Art und Weise der Kontaktaufnahme sein.

Gerade in Fällen, in denen keine Wettbewerbswidrigkeit des Abwerbens feststellbar ist, verlagert sich der Streit auf diese Ebene und die Frage, ob in der Abwerbbehandlung eine unzumutbare Belästigung gemäß § 7 Abs. 1 und 2 UWG gesehen werden kann. In allen Fällen kommt der Nachweisbarkeit der besonderen Umstände, welche die Unlauterkeit begründen, eine entscheidende Bedeutung zu.

[ rm ]

In vielen Fällen ist es absolut legal, die Kunden des Ex-Arbeitgebers „abzusaugen“.



# TITELTHEMA



# 100 Prozent Business

Nach Jahrzehnten als kombinierte Fach- und Publikumsmesse **konzentriert sich die CeBIT 2014 erstmals ausschließlich auf das B2B-Segment.** Das Leitthema in diesem Jahr ist die sogenannte „Datability“ – gemeint ist damit die Fähigkeit, große Datenmengen in hoher Geschwindigkeit verantwortungsvoll und nachhaltig zu nutzen. Lesen Sie, was Sie in Hannover erwartet und welche Innovationen ausgewählte Anbieter im Gepäck haben.

Lauren Reimler

**W**ir setzen erstmals auf 100 Prozent Business und auf eine starke thematische Ausstellungsstruktur – und bekommen weltweit sehr positive Resonanz im Markt“, sagt Oliver Frese, Vorstand der Deutschen Messe AG. Die nach eigener Einschätzung „weltweit wichtigste Veranstaltung der digitalen Wirtschaft“, die vom 10. bis 14. März in Hannover stattfindet, steht also ganz im Zeichen von Unternehmenslösungen – Business-Software, -Hardware und -Services.

Bereits im vergangenen Juni hatte die Deutsche Messe die neue Ausrichtung der CeBIT bekannt gegeben. „Wir haben Wort gehalten. Die CeBIT 2014 wird aufgrund ihres klaren Zuschnitts auf Business, den wir in enger Abstimmung mit der Industrie erarbeitet haben, Unternehmen und Fachbesucher aus der ganzen Welt anziehen und so wertvoll und effizient sein wie noch

nie“, ergänzt Frese. Er zeigte sich im Vorfeld der Messe zuversichtlich, dass die Zahl der beteiligten Unternehmen im Vergleich zum Vorjahr wachsen werde. 2013 hatten sich 3382 Unternehmen aus gut 70 Ländern als Aussteller auf der CeBIT präsentiert.

Namhafte Unternehmen verstärken 2014 ihre Präsenz auf der CeBIT: So erweitern Samsung, Huawei, Volkswagen, HP, Brother, Epson oder salesforce.com ihre Stände auf der Messe zum Teil deutlich. Nach längerer Pause kehren beispielsweise Kyocera, Western Digital und LG zur Messe zurück. Intel präsentiert mit einem komplett neuen Auftritt die gesamte Bandbreite des Konzerns in einem eigenen Pavillon.


Gleichzeitig soll die CeBIT auch für Start-up-Unternehmen immer attraktiver werden. In unterschiedlichen Bereichen der Messe präsentieren sich mehr als 300 junge, innovative Unternehmen. „Die Start-ups bringen einen



> **Die Unternehmen unserer Branche kommen nach Hannover, weil es sich für sie rechnet. Das wird durch das neue Konzept noch stärker in den Vordergrund gerückt.“**

Prof. Dieter Kempf ■ Präsident des Hightech-Verbands BITKOM



Die CeBIT bietet einen Überblick über das Angebot der globalen IT-Industrie und greift alle aktuellen Themen auf. 

spürbaren Innovationsschub in die IT-Branche. Die CeBIT gibt dieser Gründungsdynamik die passende Plattform“, sagt Frese. So hätten sich allein an dem internationalen Start-up-Wettbewerb „CODE\_n“ 450 Unternehmen aus 60 Nationen beteiligt. 50 von ihnen präsentieren sich auf der CeBIT.

In den verschiedenen Ausstellungsbereichen kommen mehr als 250 Start-ups aus allen Teilen der Welt hinzu. Frese: „Damit ist die CeBIT so jung wie noch nie und die wohl größte und internationalste Start-up-Veranstaltung in diesem Jahr. Die jungen Unternehmen präsentieren ihre Leistungsfähigkeit der internationalen IT-Branche und treffen hier auf Investoren und neue Geschäftspartner.“

#### Erweitertes Konferenzprogramm

Eine deutliche Weiterentwicklung ist laut Frese bei den „CeBIT Global Conferences“ erreicht worden, die erstmals in einer eigenen Halle ausgerichtet werden. Der Kongress in Halle 8 liefert ein 70-Stunden-Programm mit mehr als 100 Sprechern aus aller Welt.

Mit dabei sind in diesem Jahr unter anderem Apple-Mitgründer Steve Wozniak, der russische Cybersecurity-Experte Eugene Kaspersky, Wikipedia-Gründer

Jimmy Wales, der Head of Mobile von Dropbox Lars Fjeldsoe-Nielsen, der Vice President Global Marketing von Huawei Technologies Derek Liu und Mikko Hyppönen, Chief Research Officer der F-Secure Corporation.

Die klare Ausrichtung der CeBIT auf das Business-Segment spiegelt sich auch in den im vergangenen Jahr begonnenen Aktivitäten rund um die IT-Topmanager aus den Anwenderunternehmen wider.

„Auch hier, bei den sogenannten C-Level-Formaten, sind wir erhebliche Schritte vorangekommen“, sagt Frese. Es sei inzwischen ein umfangreiches CIO-Netzwerk rund um die Messe entstanden. „Die CeBIT bündelt diese Aktivitäten in einzigartiger Form und bietet die beste Plattform für einen Austausch zwischen weltweit führenden IT-Konzernen und Anwenderindustrien auf Spitzenniveau.“ In den CeBIT Executive Club seien allein in diesem Jahr mehr als 6500 Topmanager aus aller Welt eingeladen worden.

#### Topthema: Big Data sinnvoll nutzen

Die fortschreitende Digitalisierung führt zur Entstehung nahezu unendlicher Datenmengen, die intelligent genutzt und gleichzeitig verantwortungsvoll ge-





Die Messe setzt künftig nicht mehr auf Masse. Stattdessen sollen noch mehr Fachbesucher nach Hannover kommen.



schützt werden müssen. Deshalb hat die Deutsche Messe AG in diesem Jahr „Datability“ zum Topthema der CeBIT erkoren – ein Kunstwort, das sich zusammensetzt aus dem internationalen IT-Markttrend Big Data und den Möglichkeiten seiner nachhaltigen und verantwortungsvollen Nutzung (englisch für ...ability: Sustainability, Responsibility).

Die Aussteller der CeBIT werden schon heute konkret verfügbare Produkte, Technologien und Dienstleistungen präsentieren. Zudem wird Datability unter den Aspekten der Datennutzung, der Analyse und der sicheren Speicherung in unterschiedlichen Foren diskutiert.

Partnerland der diesjährigen CeBIT ist Großbritannien. Der IT-Umsatz von Großbritannien und Deutschland zusammen entspricht fast einem Zehntel des gesamten Weltmarktes. Gleichzeitig ist Großbritannien mit der Hauptstadt London der IT-Hotspot Europas. Dort gibt es über 5000 IT-Unternehmen, davon mehr als 1300 Start-ups.

Zur CeBIT 2014 werden rund 100 Unternehmen aus UK erwartet – doppelt so viele wie im vergangenen Jahr. Britische Unternehmen präsentieren sich unter anderem mit den Themen Smart

Cities, Datenwissenschaft, e-Health, Machine-to-Machine-Kommunikation (M2M), Internetsicherheit und digitale Medien.

### Qualität statt Quantität

Um den Charakter der Business-Orientierung zu untermauern, verschiebt sich der Veranstaltungszeitraum. Die CeBIT wird ab diesem Jahr von Montag bis Freitag ausgerichtet und gewinnt damit im Vergleich zu den Vorjahren einen „Business-Tag“ hinzu. Dafür entfällt der bei den Ausstellern ohnehin wenig geliebte Samstag, an dem bis dato vorwiegend „Tütensammler“ die Messehallen bevölkerten. Den damit verbundenen Rückgang der Besucherzahlen nimmt die Messe AG in Kauf, da sie im Rahmen der neuen Ausrichtung ausschließlich auf Fachbesucher setzt.

Die Veranstaltung wird am Sonntag, 9. März, offiziell eröffnet. In diesem Jahr hält der Vorstandsvorsitzende des Volkswagen-Konzerns, Prof. Martin Winterkorn, die Industrie-Keynote. Neben dem Präsidenten des BITKOM, Prof. Dieter Kempf, spricht auch Niedersachsens Ministerpräsident Stephan Weil.

Als Vertreter des Partnerlandes UK hat der britische Premierminister David Cameron sein Kommen zugesagt. Ge-



Wir setzen erstmals auf 100 Prozent Business und auf eine starke thematische Ausstellungsstruktur – und bekommen weltweit sehr positive Resonanz im Markt.“

Oliver Frese ■ Vorstand der Deutschen Messe AG

spannt werden die mehr als 2500 Gäste im Kuppelsaal des Hannover Congress Centrums dann auf die traditionellen Eröffnungsworte von Bundeskanzlerin Dr. Angela Merkel warten, die ihre Teilnahme ebenfalls fest zugesagt hat.

### Thematischer Überblick

Die CeBIT bietet einen Überblick über die Entwicklungen und Lösungen der globalen IT-Industrie und greift alle aktuellen Themen auf, die für IT-Anbieter und Anwender aus nahezu allen Industriebereichen relevant sind. Die Themencluster der CeBIT 2014 lauten Digital Business Solutions, Enterprise Content Management, Enterprise Resource Planning & Data Analysis, IT Services, Web & Mobile Solutions, Research & Innovation, IT Infrastructure & Data Centers, Security sowie Communication & Networks.

Darüber hinaus gibt es weitere zielgruppenorientierte Special Displays: der „Public Sector Parc“ mit Lösungen für die öffentliche Verwaltung, die „Global Sourcing Area for Devices & Accessories“ mit Komponenten und Peripheriegeräten, die Jobbörse „job and career at CeBIT“, die Nachwuchsinitiative „TectoYou“ und die Start-up-Initiative „CODE\_n“. Neu im Messeprogramm ist der Themenbereich „IT Enables“ mit industrierelevanten Anwenderszenarien und Showcases.

Eine besondere Rolle im Angebot der CeBIT 2014 spielt der „Planet Reseller“ in Halle 14/15. In der neuen Messestruktur ist er eines der führenden Special Displays, die für ausgewählte Besucherzielgruppen konzipiert wurden. „Mit dieser Hervorhebung wächst die Bedeutung des Planet Resellers als der Treffpunkt für den internationalen Handel“, betont Messechef Frese. [ rm ]

## Die Stimmung stimmt

Die Stimmung bei den Hightech-Unternehmen im Vorfeld der CeBIT ist sehr gut. Mehr als drei Viertel der Unternehmen (78 Prozent) gehen für die kommenden sechs Monate von steigenden Umsätzen aus, nur 11 Prozent erwarten einen Umsatzrückgang. Der BITKOM-Index steigt damit deutlich von 55 auf 67 Punkte. Das geht aus der aktuellen Konjunkturumfrage des BITKOM hervor, die Ende Januar vorgestellt wurde.

„Sechs Wochen vor der CeBIT ist die Stimmung bei den meisten Unternehmen richtig gut“, sagte BITKOM-Präsident Prof. Dieter Kempf. „Die IT-Branche ist deutlich zuverlässiger als die Gesamtwirtschaft.“ Besonders hohe Erwartungen haben Software-Anbieter und IT-Dienstleister, von denen 87 beziehungsweise 85 Prozent im ersten Halbjahr mit steigenden Umsätzen rechnen. Nur jeweils sieben Prozent erwarten in diesen Segmenten einen Umsatzrückgang.

Schon das abgelaufene zweite Halbjahr 2013 verlief für die Unternehmen ausgesprochen positiv. Rund drei Viertel (72 Prozent) konnten ihren Umsatz steigern, 20 Prozent berichten von rückläufigen Umsätzen. Für das Gesamtjahr 2014 gehen 82 Prozent der ITK-Unternehmen von Umsatzsteigerungen aus, lediglich elf Prozent rechnen mit rückläufigen Geschäften. Der Anteil der Unter-

nehmen, die neue Stellen schaffen wollen, ist angesichts der positiven Geschäftserwartung erneut gestiegen. Gaben Anfang 2013 noch 57 Prozent der Unternehmen an, Personal einstellen zu wollen, so sind es nun 63 Prozent.

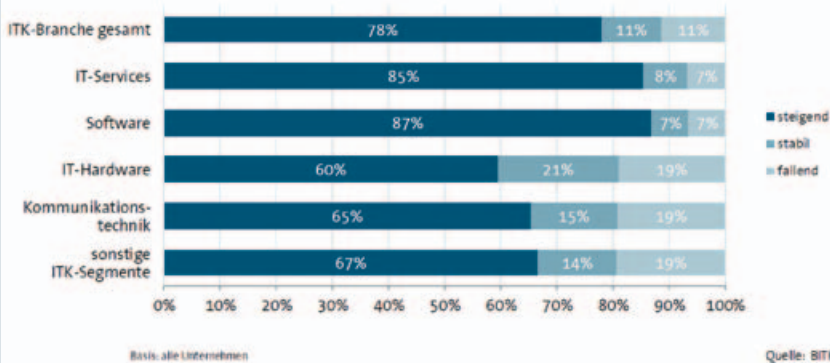
Die Neuausrichtung der CeBIT zur reinen Fachbesuchermesse begrüßt der BITKOM ausdrücklich. Kempf: „Die Unternehmen unserer Branche kommen nach Hannover, weil es sich für sie rechnet. Das wird durch das neue Konzept noch stärker in den Vordergrund gerückt.“ Neben dem Messe-Schwerpunktthema „Datability“ stehen die Themen

Cloud Computing und Sicherheit im Mittelpunkt der BITKOM World in Halle 4.

Mit dem Partnerland Großbritannien bringt die Messe zwei Schwergewichte auf dem europäischen ITK-Markt zusammen. Mit einem Umsatz von 265 Milliarden Euro stehen die beiden Länder für etwa 40 Prozent des EU-Markts. „Gerade für kleine und mittelständische Unternehmen aus beiden Ländern bietet die CeBIT eine hervorragende Gelegenheit, sich diese wichtigen Märkte zu erschließen“, so Kempf.

### Zuversicht zum Jahresauftakt

Umsatzerwartung für das erste Halbjahr 2014 im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum



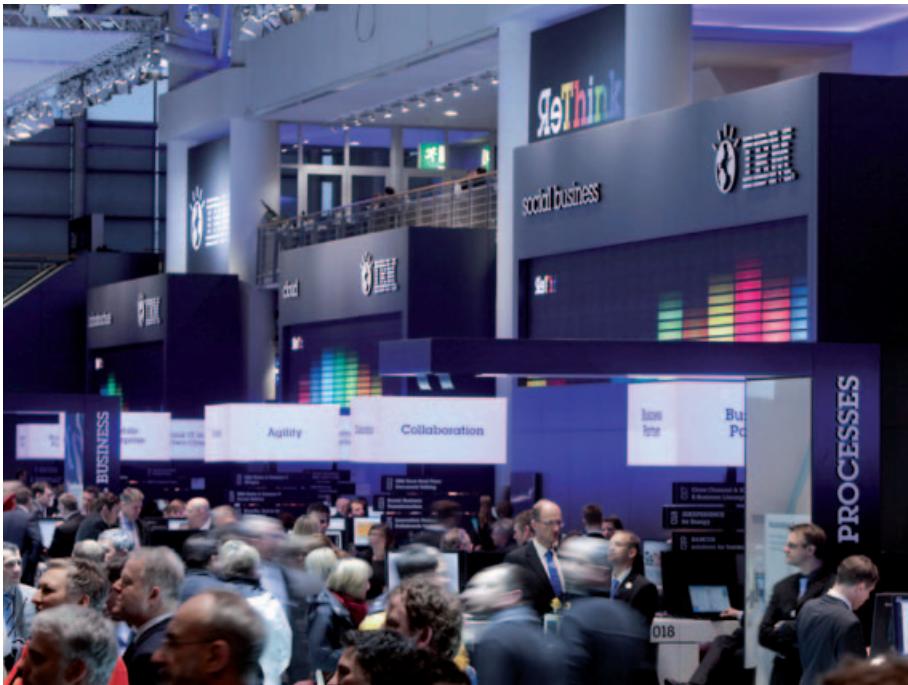
## IBM „Build a Smarter Enterprise“

Die Vertiefung von Beziehungen zu aktiven und gut informierten Kunden im digitalen Zeitalter erfordern ein intelligentes Unternehmen – IBM zeigt auf der CeBIT 2014 in Halle 2 am Stand A10 viele neue Bausteine dafür: Der wachsenden Bedeutung der intelligenten Kundenbeziehung und einer flexiblen Mitarbeiterschaft tragen neue Technologien aus dem Social-Business-, Smarter-Commerce- und Mobile-Umfeld Rechnung. Das CeBIT-Motto „Datability“ findet auf dem IBM Stand zahlreiche Illustrationen, so vor allem in der Big Data & Analytics-Zone. Die Basis für die innovative Nutzung der neu-

en Möglichkeiten liefern Cloud Computing und leistungsfähige Infrastrukturen – auch hierzu präsentiert IBM zahlreiche neue Produkte und Lösungen. IBM Forschung und Entwicklung zeigt darüber hinaus Einblicke in innovative neue Projekte.

In der digitalen Welt hat der Kunde ungleich mehr Möglichkeiten, um Entscheidungen zu beeinflussen. Auf diese neue Macht müssen Unternehmen heute ihre Strategie und ihr Handeln komplett neu ausrichten, um zeitgemäß mit dem Kunden zu interagieren und ihre Zukunft als smartes Unternehmen zu gestalten. Social-, Mobile-, Cloud- und Big-Data-Technologien liefern ihnen die Basis dafür. Auf der CeBIT 2014 veranschaulicht IBM diese Möglichkeiten an rund 130 Demopunkten.

Der Haupt-Showcase illustriert die Top-Innovationstreiber: Am Beispiel eines virtuellen Zoos erlebt der Messebesucher, wie ein smartes Unternehmen dank Big-Data-Analysen den Umsatz für Merchandising-Artikel um 70 Prozent steigern kann. Weitere Showcases: Ein Schuhhändler beschleunigt nach durchlaufener Social-Business-Transformation Zusammenarbeit und Informationsaustausch um ein Vielfaches. Erkenntnisse zu Gesundheitszustand, Fitness und dem idealen persönlichen Diätplan verschafft dem Besucher eine neue mobile App. Mithilfe von Cloud Computing schließlich kann eine TV-Produktionsfirma die Zuschauerbedürfnisse exakt analysieren und maßgeschneiderte Empfehlungen und Angebote schnüren. Zusätzlich zeigt ein weiterer Mainframe-Showcase den Blick in die Zukunft intelligenter Infrastrukturen.



## Microsoft „Adding Productivity to Datability“

Analytics-Lösungen und Big Data sind für Unternehmen heute zentrale Wettbewerbsfaktoren. Unternehmensberatungen wie McKinsey sehen hier ein enormes Potenzial wirtschaftlich noch ungenutzter Chancen. Die nur geborgen werden können, wenn das Vertrauen der Wirtschaft in die IT (wieder-) hergestellt wird. Unter dem Motto „Adding Productivity to Datability“ zeigt Microsoft anhand zahlreicher Live-Szenarien, wie der intelligente und integrierte Einsatz von Cloud-Lösungen zum nachhaltigen Geschäftserfolg beiträgt.

Dabei treibt Microsoft Debatten zu Datenschutz, Sicherheit, Zugänglichkeit, Transparenz und Standards weiter voran. So erfüllt Windows Azure seit Kurzem mit den Zertifizierungen der PCI DSS Compliance und der ISO-Erweiterung neueste Sicherheitsrichtlinien.

Am Beispiel eines fiktiven Einzelhändlers zeigt Microsoft auf seinem Messestand A26 in Halle 4, wie durch die Einbindung sozialer Netzwerke wie Yammer eine ganz neue Nähe zum Kunden entsteht und ungenutzte Kundenpotenziale erschlossen werden. Intelligente Digital-Signage-Lösungen verbinden redaktionelle Inhalte und benutzerorientierte IT zu kundenorientierten, interaktiven Promotionen. Mit Power BI (Business Intelligence) können Anwender Daten intuitiv erfassen, visualisieren und verteilen, Abfragen in natürlicher Sprache formulieren und in Echtzeit auf mobilen Geräten nutzen. So kann das Unternehmen deutlich schneller auf Marktentwicklungen und Kundenanforderungen reagieren, sein Time-to-Market verkürzen und sich einen echten Wettbewerbsvorteil verschaffen, der sich nicht zuletzt auch im gesteigerten Umsatz widerspiegelt.

>



Die größte Aufgabe der IT-Industrie ist es jetzt, das verlorene Vertrauen der Wirtschaft wiederherzustellen.“

**Christian P. Illek** ■

Vorsitzender der Geschäftsführung von Microsoft Deutschland



## Telekom Büro to go

► Immer mehr Berufstätige arbeiten heute außerhalb ihres Büros – im Home Office oder in der Bahn. Auch hier müssen sie stets auf ihre Daten zugreifen und sich mit Kollegen, Partnern und Kunden reibungslos austauschen. Die Telekom liefert dafür passende Komplettpakete wie zum Beispiel Cloud-Lösungen made in Germany. Dabei übernimmt der Dienstleister die komplette Ende-zu-Ende-Verantwortung.

Dazu gehört neben der sicheren Bereitstellung, der Betrieb der Anwendung, der verschlüsselte Datentransport sowie die Abrechnung. Am Stand C26 in Halle 4 kön-

nen Mittelständler die Cloud-Produkte live testen. Mit dem neuen Angebot „Managed Workplace“ aus dem Managed-T-Services-Portfolio der Telekom können Mitarbeiter von überall und jederzeit mit einem beliebigen Endgerät auf Arbeitsumgebung, Anwendungen und Daten zugreifen. Die Telekom stellt den gemanagten Arbeitsplatz aus der Private Cloud bereit. Das bedeutet: Der Dienstleister betreibt die Anwendung in ISO-zertifizierten Rechenzentren mit Standort Deutschland. Der virtuelle Desktop lässt sich auf die Bedürfnisse der Mitarbeiter zuschneiden und skalieren. Neben Office-Applikationen oder einem Betriebssystem sind etwa Arbeitsspeicher, Speicherplatz sowie Office-Anwendungen oder Sicherheitslösungen aus der Cloud zubuchbar.

Ein weiteres Highlight auf der CeBIT sind die neuen Module bei DeutschlandLAN, dem Komplettangebot der Telekom für das vernetzte Arbeiten. Dazu gehört zum Beispiel eine Telefonanlage aus dem Netz auf Basis von Microsoft Lync. Sie ermöglicht neben Funktionen wie Rufumleitung, Weiterleitung, Voicemail oder Videotelefonie auch Webkonferenzen sowie die Integration der Telefonfunktion in Outlook. Bei DeutschlandLAN bucht der Kunde zunächst einen IP- oder VDSL-Anschluss als Basismodul und fügt dann Module aus der Cloud hinzu. Neu sind hier auch Module wie etwa Office 365, Sicherheitslösungen von Symantec oder Online-Speicherplatz von Strato.



## Unify „The New Way To Work“

► Unify, ehemals Siemens Enterprise Communications, präsentiert sich in Halle 13 am Stand D38. Der erste CeBIT-Auftritt des Unternehmens unter der neuen Marke steht unter dem Motto „The New Way To Work“ (#NW2W). Damit steht der Mitarbeiter mit seinen verschiedenen Bedürfnissen an Datensicherheit, Kommunikation und Zusammenarbeit am Arbeitsplatz im Fokus des Auftritts. Am Stand können Besucher nicht

nur in das Look & Feel der neuen Marke Unify eintauchen, sondern sich auch in vier verschiedene Erlebnisinseln entführen lassen, in denen das Arbeiten von heute und morgen zunehmend stattfindet – im Zug, im Café, im Büro und im Home Office. Unify zeigt, wie moderne Kommunikationslösungen für produktives, flexibles und motivierendes Arbeiten sorgen.

Dean Douglas, neuer CEO von Unify, wird am Dienstag, 11.03.2014, von 10:30-11:00 Uhr in seiner Keynote bei der Global Conference in Halle 8 aufzeigen, welche Chancen und Möglichkeiten „The New Way to Work“ für Manager und Unternehmen bereithält. Darüber hinaus legt Unify auch in diesem Jahr den Fokus wieder stark auf die Zusammenarbeit mit Vertriebs- und Strategiep Partnern, um Kunden weiterhin die passenden Ansprechpartner sowie attraktive Angebote bieten zu können.



**Mitarbeiter sind längst nicht mehr an den Bürotisch gebunden. Sie sind überall produktiv, weil Austausch heute von überall und über sämtliche Geräte stattfinden kann.“**

**Martin Kinne** ■ Geschäftsführer und General Manager Central Europe von Unify

## Samsung „Connecting Competence“

■ Im Zuge der digitalen Revolution, die immer mehr Bereiche der Arbeits- und Lebenswelt durchdringt, wird die IT zum Herzstück des Unternehmens. Echten Mehrwert bieten Informationstechnologien aber erst, wenn sie sich miteinander vernetzen lassen und sich an den Bedürfnissen der Anwender ausrichten – eine Philosophie, für die Samsung den Begriff „Connecting Competence“ geprägt hat.

Im Fokus des CeBIT-Auftritts von Samsung in Halle 2 am Stand B30 stehen konkrete Business-Lösungen, die sich gezielt an branchenspezifischen Anforderun-

gen orientieren. Eines dieser Anwenderszenarien ist die Samsung School Solution – eine Netzwerklösung sowohl für das digitale Klassenzimmer als auch für das moderne Trainingscenter, die es Lehrkräften ermöglicht, den Unterricht durch multimediale Inhalte anzureichern und Kompetenzen im Umgang mit digitalen Technologien zu vermitteln.

In Zusammenarbeit mit Lösungspartnern stellt Samsung zudem vier weitere Anwenderszenarien für das Gesundheits- und Finanzwesen, den Handel sowie den öffentlichen Sektor vor.



## Lancom Neue Maßstäbe bei Bandbreite und Sicherheit

■ LANCOM Systems, ein deutscher Hersteller professioneller Netzwerklösungen für Geschäftskunden und Institutionen mit Hauptsitz in Würselen bei Aachen, macht die diesjährige CeBIT zu einer Leistungsschau moderner Unternehmensnetze. Zu den Highlights auf dem Stand C28 in Halle 13 zählen Gigabit WLAN Access Points für den Unternehmenseinsatz, Lösungen für die mobile und stationäre VPN-Standortvernetzung sowie BSI-zertifizierte Hochsicherheits-Router.

Mit den auf der CeBIT erstmals zu sehenden WLAN Access Points der 1300er-Serie bringt LANCOM als einer der ersten Hersteller Wireless-LAN-Lösungen auf Basis von IEEE 802.11ac WLAN („Gigabit-WLAN“) in Unternehmensnetze. Einen weiteren markanten Bandbreitenzugewinn im WLAN verspricht die WLAN-Optimierungslösung ARC – Active Radio Control –, die eine Vielzahl

von Funktionen zur Funkfeldoptimierung vereint. Auch im Routing setzt LANCOM auf Geschwindigkeit: Mit dem neuen VPN Router LANCOM 1781VA-4G unterstützt LANCOM erstmals VDSL, ADSL und den schnellen Mobilfunkstandard LTE in einem Gerät. Die Nutzung von VDSL Vectoring wird über ein kostenloses Update möglich. Einen weiteren Messeschwerpunkt bilden die LANCOM Lösungen für die hochsichere VPN-Standortvernetzung. Diese vom Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI) gemäß Common Criteria (CC EAL4+) zertifizierten Hochsicherheits-VPN-Router bieten sensiblen Behörden- und Unternehmensnetzen maximalen Schutz vor Cyber-Angriffen.

Kunden, Systemhäusern und Integratoren mit großen Infrastrukturprojekten zeigt LANCOM zudem seine Management- und Rollout-Lösungen.

>



Auf unserem CeBIT-Stand zeigen wir Unternehmen, wie sie sich und ihre Netze effektiv durch vertrauenswürdige Lösungen aus Deutschland schützen können.“

Ralf Koenzen ■  
Geschäftsführer von LANCOM Systems



## Secusmart Bundessicherheitsnetz über Deutschland

Die Düsseldorfer Secusmart GmbH zeigt im Jahr 2014 gleich mehrere Highlights, die den Abhörschutz in Deutschland künftig entscheidend stärken sollen. Genaueres geben die Verschlüsselungsprofis auf der CeBIT 2014 bekannt. Aus den Neuentwicklungen wurde kürzlich das Bundessicherheitsnetz bereits öffentlich. Mit dem Abhörschutz-Portfolio sorgen die Experten für die absolute Sicherheit der

Gespräche über das Festnetz und gleichzeitig für den wirkungsvollen Schutz der kompletten mobilen Kommunikation.

Einblick in die Funktionsweise, Ziele und Angebote der Hochsicherheitslösungen gibt die Secusmart GmbH in Halle 12 am Stand B 74. Dazu informiert das Unternehmen über das stetig wachsende Interesse aus der Wirtschaft sowie zu Anfragen seitens ausländischer Regierungen und Institutionen. Bereits im Vorfeld der diesjährigen CeBIT hatte die Secusmart GmbH einige Bestandteile ihres Abhörschutz-Portfolios gezeigt. „Wir freuen uns sehr darauf, den Entwickler des hochsicheren Kanzler-Phones, die Secusmart GmbH, auf der CeBIT begrüßen zu dürfen. Wir sind genau von solchen spannenden Innovationen überzeugt – gerade wenn es um ein Thema von so umfassender Bedeutung geht“, so Oliver Frese, Vorstand Deutsche Messe AG.

Auch Dr. Hans-Christoph Quelle, Geschäftsführer der Secusmart GmbH, sieht der weltgrößten IT-Messe mit Spannung entgegen. „Der Besuch auf der CeBIT ist für uns der entscheidende Bestandteil des Jahres: sei es, um Kontakte zu knüpfen, sich auszutauschen, uns selbst vorzustellen oder nicht zuletzt, um dem Thema Sicherheit auf nationaler wie internationaler Ebene eine größere Bühne zu geben.“



Foto: Secusmart GmbH/ J.Hennen

## oxaion ERP goes DMS

Insbesondere bei mittelständischen Fertigungsbetrieben geht der Trend immer häufiger in Richtung ganzheitliche ERP-Lösung. Zur vollständigen Abwicklung betriebswirtschaftlicher Prozesse gehört jedoch auch die gesetzeskonforme Erfassung und Archivierung unternehmensrelevanter Informationen, Daten und Dokumente. Dazu sind

bisher aber nur die wenigsten ERP-Systeme selbstständig in der Lage. Auf der diesjährigen CeBIT präsentiert der Ettlinger Software-Anbieter oxaion nun eine Komplettlösung, die bereits über ein integriertes Dokumenten-Management-System (oxaion DMS) verfügt.

Egal, ob Abrechnungen, Korrespondenzen, technische Zeichnungen oder Entwicklungspläne – ein DMS bietet heute die komfortable Möglichkeit, sämtliche unternehmensrelevanten Vorgänge elektronisch zu erfassen und zu archivieren. Auf dem Messestand C34 in Halle 5 haben Anwender und Interessierte dann auch erstmals die Gelegenheit, sich vollständig mit dem Funktionsumfang der neuen Software auseinanderzusetzen, die unter anderem revisionssichere Dateien und Dokumente nach den vom Gesetzgeber verlangten GDPdU-Richtlinien selbstständig erzeugt.

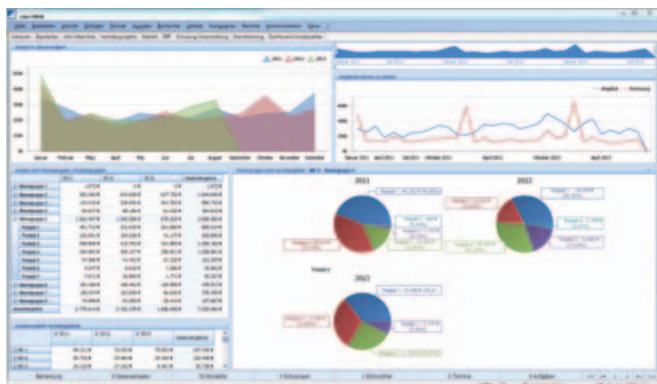
Wie reibungslos der Datenaustausch zwischen Unternehmensserver, oxaion ERP und integriertem oxaion DMS künftig gelingt, davon können sich Anwender und Interessenten erstmalig auf der diesjährigen CeBIT überzeugen. Am oxaion-Stand gibt es ausreichend Gelegenheit, das Programm zu testen oder sich mit den Experten von oxaion zu unterhalten.





## cobra CRM goes BI

Das CRMnetwork präsentiert auf der CeBIT (Halle 6, Stand D30) Software-Lösungen und Neuheiten aus dem Hause cobra rund um das Thema Kundenbeziehungsmanagement. Das Netzwerk besteht aus sechs cobra Solution Partnern mit Standorten in ganz Deutschland. Im Mittelpunkt steht in diesem Jahr die neue Lösung cobra CRM BI, die professionelles CRM mit einem Business-Intelligence-Tool in einem Produkt kombiniert. Damit lassen sich individuelle Dashboards zur Darstellung verschiedener Auswertungen wie Umsatz- und Verkaufszahlen oder Servicefällen erstellen. Durch



Data Mining können Anwender wertvolle Erkenntnisse aus dem vorhandenen Material gewinnen.

Neu ist ebenfalls die Branchenlösung cobra CRM für Wirtschaftsförderungen. Die Lösung ist auf die Bedürfnisse der Zielgruppe angepasst: ob Beratungsmanagement, Stadtmarketing oder Standortentwicklung – mit dieser Software wird die Bürokratie minimiert und es entstehen Freiräume für neue Ideen. In der übersichtlichen Datenbank lassen sich aktuelle Unternehmens- und Solvenzkenzahlen speichern und automatisch statistisch auswerten, Informationen zu Beratungsangeboten und Förderprogrammen abfragen, Liegenschaften verwalten oder Events planen. Ein weiterer Schwerpunkt werden die mobilen Lösungen sein. So wurde cobra Mobile CRM für iPhone und iPad runderneuert und bietet nun mehr Möglichkeiten für das Arbeiten von unterwegs.

## Citrix Auf dem Weg zum „Mobile Enterprise“

Von Desktop as a Service über Netzwerk-Infrastruktur bis hin zur Cloud: Citrix zeigt Unternehmen auf der diesjährigen CeBIT, wie sie mit der wachsenden Mobilität ihrer Mitarbeiter Schritt halten. Auf dem „Virtualisation & Storage Forum“ (Halle 2, Stand A44) präsentiert sich Citrix gemeinsam mit

sieben Lösungspartnern und gibt Einblicke in die neuesten Technologien und Trends. Im Mittelpunkt stehen dabei in diesem Jahr neben der Desktop-Virtualisierung vor allem aktuelle Networking- und Cloud-Lösungen als Basis für mobile Arbeitsstile.

Das Thema Mobility steht auch 2014 bei vielen Unternehmen ganz oben auf der Agenda: Führende Analysten gehen davon aus, dass sich die Anzahl der mobilen Anwender durch Trends wie BYOD oder flexible Arbeitszeitmodelle bis 2018 verdoppeln oder sogar verdreifachen wird. Um diese Herausforderungen zu meistern, müssen Unternehmen ihre IT-Strategie ganzheitlich auf aktuelle Entwicklungen in der mobilen Arbeitswelt abstimmen. Auf der CeBIT präsentiert Citrix dazu ein passendes Lösungsspektrum für das Management mobiler Endgeräte, Apps und Daten.

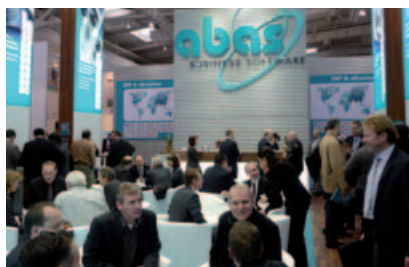


## abas Neue Konzepte für die Unternehmensorganisation

Auch kleine und mittlere Unternehmen sehen sich heute mit gigantisch wachsenden Datenmengen aus unterschiedlichen Quellen und Systemen konfrontiert. Der Software-Anbieter abas zeigt auf der CeBIT in Halle 5 Stand C18, mit welchen Werkzeugen der ERP-Palette kleine und mittlere Unternehmen die tägliche Arbeit einfacher gestalten können. abas integriert verschiedene Anwendungen wie BI, DMS oder PLM tief in die betriebswirtschaftlichen Prozesse der ERP-Lösung und realisiert dadurch in allen Bereichen einen Informationsvorsprung. Mit abas Business Apps, Mobile Solutions und

Web Client entsteht für jeden Mitarbeiter ein maßgeschneiderter Arbeitsplatz, der die tägliche Arbeit einfacher macht.

Wer große Datenmengen intelligent analysieren und Informationen für jeden Unternehmensbereich maßgeschneidert aufbereiten kann, ist im Vorteil. abas Business Apps tun dies, indem sie Daten aus vielen Bereichen nutzen und rollenbasiert aufbereitet darstellen können. Anfallende Aufgaben lassen sich so zentral und schnell managen. Die Business Apps sind Anwendungsbausteine, die zu größeren Anwendungen zusammengestellt werden können.





# „Die Kunst des Kostensenkens“

**Stefan Dylka** ■ General Manager, Kyocera Document Solutions

**Business&IT:** KYOCERA Document Solutions hat im Rahmen der Gartner-Konferenz in Barcelona im November das globale Konzept im Bereich Managed Document Services vorgestellt. Welche Vorteile bietet das Programm global aufgestellten Unternehmen?

**Stefan Dylka:** Mit dem Produkt- und Dienstleistungsportfolio Managed Document Services von KYOCERA können die Dokumenten- und Print-Management-Prozesse in den Unternehmen weltweit optimiert werden. Ineffiziente Prozesse in diesem Bereich verursachen hohe Kosten. Viele unserer Global Accounts bestätigen, dass sie durch die Implementierung unserer Dokumentenlösungen Einsparungen von mehr als 30 Prozent realisieren konnten. Global agierende Unternehmen vom Mittelstand- bis zum Großunternehmen haben oftmals auch ineffiziente länderübergreifende Dokumentenmanagementprozesse, ob nun im Bereich Logistik, Service oder auch in Bezug auf Sicherheit. Diese wirken sich zum Teil sehr negativ auf die Flexibilität des Unternehmens, Kundenzufriedenheit und das Image aus. Die zuverlässige, effiziente und sichere Gestaltung dieser Dokumentenmanagementprozesse erhöht nicht nur die Mitarbeiterproduktivität, sondern auch die Kundenzufriedenheit. Dies trägt auch mittelbar zum Unternehmenserfolg bei.

**Welche Unternehmen adressieren Sie mit diesem Programm?**

**Stefan Dylka:** Managed Document Services von KYOCERA sind auf jede Branche und Unternehmensgröße abgestimmt. Wir bieten hier unterschiedliche zugeschnittene Softwarelösungen und Produkte an. Im Prinzip in jedem Unternehmen, wo Dokumenten- und Outprozesse vorhanden sind. Durch die sich rasch wandelnde digitale Welt, neue Collaboration-Formen sowie die Entwicklung

neuer Produkte, die für die unterschiedlichsten Märkte interessant sind, werden geografische Grenzen bedeutungslos. Unternehmen bieten heute ihre Produkte und Dienstleistungen verstärkt auf internationaler Ebene an. Und genau hier setzt unser globales Lösungs- und Dienstleistungsprogramm MDS an. Unser Global Account Team besitzt eine hohe internationale Expertise und berät und betreut alle Kundengrößen und -branchen.

**Wen zum Beispiel?**

**Stefan Dylka:** Unser Kunde Knorr-Bremse benötigte beispielsweise ein besseres und effizienteres System zur Verwaltung und Überwachung des Dokumenten-Outputs in 20 europäischen Niederlassungen. Wir haben ein Konzept für eine homogene Druckerflotte entworfen und umgesetzt. Die neue Flotte kann vom Hauptsitz von Knorr-Bremse in München aus zentral überwacht und gesteuert werden. Es wurden so erhebliche Kostensenkungen erzielt. Im Rahmen des Projekts wurde der Gerätebestand in den europäischen Niederlassungen zu 80 Prozent zentralisiert und standardisiert. Knorr-Bremse kann so den IT-Support vom Hauptsitz München durchführen. So kann der Bedarf vor Ort nach Umsetzung der Änderungen mit weniger Aufwand erfüllt werden und die Kosten für interne Supportleistungen gesenkt. Knorr-Bremse plant, die Partnerschaft mit KYOCERA weiter auszubauen und auf Russland und Schweden auszudehnen.

**Welche Themen und Trends werden für Kyocera in der Zukunft eine große Rolle spielen?**

**Stefan Dylka:** Die positive gesamtwirtschaftliche Entwicklung in Deutschland sowie der zunehmende Bedarf der Industrie an Software und Dienstleistungen birgt ein großes Potenzial für uns als Anbieter von Dokumentenmanagement-Lösungen. Auch im nächsten Jahr ist das Thema Managed Document Services

(MDS) ein wesentlicher Wachstumstreiber. Wir haben daher massiv in den Ausbau unseres Angebots an Dokumentenmanagement-Lösungen investiert und unser Portfolio durch strategische Kooperationen zu Solution-Anbietern sowie neue Produkte erweitert. So können wir sicherstellen bei Aufträgen beziehungsweise bei der Erbringung von Dienstleistungen noch flexibler zu sein. Dies bestätigen uns auch anerkannte Branchenanalysten. Quorica beispielsweise bezeichnet uns als Strong Performer und Gartner stuft uns im Magic Quadrant mittlerweile als Herausforderer im Markt ein. Wir glauben an die Zusammenarbeit mit unseren Partnern als einziges Unternehmen auf globaler Ebene und bieten unseren Kunden dadurch einen sehr flexiblen und anpassungsfähigen Ansatz.

**Sie sind in diesem Jahr erstmals wieder auf der CeBIT in Hannover vertreten. Was sind die Gründe für diesen Schritt und welche Erwartung haben Sie an die Messe?**

**Stefan Dylka:** Für unsere Entscheidung mit einem eigenen Stand auf der CeBIT vertreten zu sein, hat vor allem das neue, überarbeitete Messekonzept gesprochen. So möchte sich die CeBIT weiter als B2B-Plattform positionieren und verstärkt dazu dienen, Kontakte in der Branche aufzubauen und zu pflegen. Diese Neuausrichtung kommt unserer Strategie als Anbieter von professionellen Dokumentenmanagement-Lösungen im Unternehmensumfeld entgegen. Wir präsentieren in Halle 3, B20 unter dem Motto „Die Kunst des Kostensenkens“ unsere aktuellen Dokumenten- und Print-Management-Lösungen. Wir zeigen den Unternehmen, wie sich Dokumentenprozesse im Unternehmen ganzheitlich verbessern lassen, um die Unternehmenskosten zu senken. Selbstverständlich präsentieren wir hier auch unsere aktuellen ECOSYS- und Taskalpha-Produkte, die ein wesentlicher Teil unser MDS Strategie sind.

# Enterprise Resource Planning

## ERP im Wandel

Als Begleiter des rasanten technologischen Fortschritts sind auch ERP-Systeme einem dynamischen Wandel unterworfen. Monolithische Software wird ersetzt durch **flexibel einsetzbare Business-Lösungen**, die den Anforderungen der modernen Geschäftswelt gerecht werden. Mobilität, Big Data, Social Media und Cloud Computing dürfen auch fürs ERP-System keine Fremdworte mehr sein.

Michael Mors



**D**ie Anforderungen an die Business-IT im Allgemeinen und ERP-Lösungen im Speziellen steigen enorm. Die Gründe sind vielfältig: Die Innovationszyklen werden kürzer, die Flexibilisierung der handelnden Akteure steigt ebenso wie die Individualisierung der Angebote. ERP-Systeme müssen komplexer werdende Prozesse kontrollieren, die vorhandenen Ressourcen für den betrieblichen Ablauf möglichst effizient einsetzen und die Steuerung von Geschäftsprozessen optimieren.

Gleichzeitig soll das ERP-System auch dem Anspruch der Mitarbeiter an das Handling gerecht werden. Die großen IT-Trends der letzten Jahre hatten häufig den Endanwender im Fokus, was dessen Erwartungen an die Bereitstellung von IT im Unternehmen spürbar geprägt hat. Schon 2013 war von einer Phase des Umbruchs geprägt und 2014 werden die viel diskutierten SMAC-Themen (Social, Mobility, Analytics und Cloud) in der ERP-Welt für viel Dynamik sorgen. Vor diesem Hintergrund kristallisieren sich sechs wesentliche ERP-Trends heraus, die im Folgenden vorgestellt werden.

### **Die Cloud krepelt den Markt um**

Cloud Computing hat sich inzwischen vom Hype-Thema zum ernst zu nehmenden Business-Modell gemausert. Der Anteil der deutschen Unternehmen, die Cloud Computing nutzen oder planen, hat in den vergangenen zwei Jahren deutlich zugenommen. Aus dem aktuellen Cloud-Monitor von Bitkom geht hervor, dass bereits zwei Drittel der deutschen Unternehmen Cloud-Computing-Lösungen im Einsatz haben oder dies planen.

Und auch in diesem Jahr werden Cloud-basierte Technologien weiter an Fahrt gewinnen. Dennoch: Nicht alle Unternehmer sind von Cloud Computing überzeugt. Vor allem Public-Cloud-Modellen stehen viele Firmen noch immer kritisch gegenüber.

Für ERP-Anbieter ist es entscheidend, ihre Lösung sowohl in der Private als auch in der Public Cloud anzubieten und den kombinierten Einsatz von Cloud- und On-Premise-Lösungen so-

wie den Weg zurück aus der Cloud zu ermöglichen. Mit dieser Wahlfreiheit können Unternehmen individuell festlegen, wo und wie sie ihre Daten speichern wollen.

### **Spezialisierte Anbieter auf dem Vormarsch**

Bei der Auswahl eines ERP-Systems spielen nicht nur der Funktionsumfang oder die Kosten der Software eine große Rolle. Gerade in Branchen mit hohem Veränderungspotenzial brauchen die Mitarbeiter jederzeit leistungsfähige Software und das Management erwartet entsprechendes Branchen-Know-how.

Vom ERP-Anbieter werden also heute nicht mehr nur die Bereitstellung und das Funktionieren der Software vorausgesetzt, sondern ein partnerschaftliches Verhältnis und eine kontinuierliche Unterstützung bei der Optimierung branchenspezifischer Geschäftsprozesse.

Eine Studie des Marktforschungsunternehmens Eval-Source zeigt, dass lange bewährte ERP-Anbieter diesen heutigen Anforderungen oft nicht mehr genügen. Jahrelang haben wenige Global Player mit Allround-Lösungen die Branche beherrscht. Künftig werden Unternehmen auf moderne Systeme setzen, die sich schnell und ohne komplexe Code-Änderungen an veränderte Marktsituationen anpassen lassen, und sich so von veralteten Systemen verabschieden.

### **Flexibler Standard ist gefragt**

Viele IT-Systeme sind bereits seit zwanzig Jahren und mehr im Einsatz. Sie wurden zwar schrittweise erweitert, doch funktionell können die alten Lösungen die Anforderungen komplexer und gleichzeitig agiler Organisationen nicht mehr erfüllen. Über die Jahre ist ein Flickenteppich entstanden und das Problem eskaliert spätestens dann, wenn der Anbieter-Support für das jeweilige Produkt ausläuft.

Für viele Unternehmen wird es also höchste Zeit, ihr vorhandenes System durch ein modernes zu ersetzen. Bei der Auswahl eines ERP-Systems vertrauen Unternehmen zunehmend auf kostengünstige Standardlösungen. Insbeson-



## Operative Prozesse lassen sich komplett über mobile Endgeräte analysieren und abwickeln.

dere in Shared-Service-Umgebungen, die unterschiedliche Anforderungen diverser Interessengruppen abbilden müssen, sind standardisierte Systeme gefragt.

Wichtig wird sein, dass Anpassungen keinen großen Aufwand verursachen und durch einfache Änderungen vorgenommen werden können. Unternehmen setzen zudem auf umfassende Lösungen, die Vorteile hinsichtlich Effizienz und Stabilität bringen, da der zum Teil erhebliche Aufwand für die Einrichtung der Schnittstellen und Datenübernahmen entfällt.

Flexibilität bedeutet für Unternehmen auch Selbstbestimmung in Bezug darauf, was genau sie von einem ERP-Produkt nutzen wollen. Anstelle riesiger Upgrades, die unerwünschte Extrakosten mit sich bringen und Betriebsunterbrechungen verursachen, werden „Experience Packs“ immer gefragter.

Diese geben den Kunden die Freiheit, selbst zu entscheiden, welchen Teil eines Produkt-Upgrades sie tatsächlich in Anspruch nehmen wollen. Das führt zu geringeren Risiken und Kosten und ermöglicht den Kunden, einen maximalen Nutzen aus ihrer Investition zu ziehen.

### All-in-One – Analyse inklusive

Der Big-Data-Begriff vernebelt eine Diskussion, deren Kern längst real ist: Die tägliche Verarbeitung von Terabytes

an Daten gehört heute zum Alltag von Unternehmen. Sie müssen sich deshalb umorientieren: Statt sich auf das Beschaffen von Daten zu fokussieren, richten Unternehmensverantwortliche ihr Augenmerk immer stärker auf die intelligente Vorhaltung und den Versuch der gezielten Verarbeitung und Analyse.

Da aber meist weder die Ressourcen verfügbar noch geeignete Verfahren zur Analyse etabliert sind, stehen viele Firmen vor der Frage, wie sie vorhandene Systeme nutzen können, um große Datenmengen wirklich sinnvoll auszuwerten. Sie entscheiden sich zunehmend dafür, Business-Intelligence-beziehungsweise Business-Analytics-Funktionen in ihr ERP-System zu integrieren.

Denn mit Lösungen, die große Datenmengen und -quellen in einer integrierten Form nutzen, verarbeiten und analysieren können, erhalten Unternehmen schneller detaillierte Informationen und können in Echtzeit bessere Entscheidungen treffen. Ein Ende der leidigen Diskussion um Schnittstellen zwischen ERP und BI ist damit auch absehbar.

### ERP macht mobil

Mobility ist eines der wenigen Themen, das in der Liste der großen IT-Trends den Hype um Big Data noch überholt hat. Die Analysten von IDC gehen davon aus, dass das Smartphone in den kommenden Jahren den PC als wichtigstes Gerät für den Internetzugang ablösen wird. Diese Entwicklung wird unser Arbeitsleben enorm beeinflussen.

Die sogenannten Digital Natives – die heutigen Berufseinsteiger und Arbeitnehmer von morgen – sind von klein auf mit Internet und mobiler Kommunikation aufgewachsen und sind es gewohnt, jederzeit mit Freunden und Kollegen im Kontakt zu sein – egal, wo sie gerade sind. Ein fester Arbeitsplatz mit einem Rechner und einem Festnetzanschluss passt nicht zu deren Weltbild. Sie wollen flexibel und ortsunabhängig arbeiten – im Home-Office, im Zug, im Wartezimmer beim Arzt oder am Flughafen.

Das Arbeitsleben verliert damit immer mehr an Starrheit, Prozesse werden flexibler und somit Entscheidungen auch unterwegs getroffen. Das Post-PC-Zeitalter hat längst begonnen und die Zeiten sind vorbei, in denen die Unternehmens-IT in erster Linie Desktop-PCs bereitstellen musste.



**Das Zeitalter der Software-Monolithen ist vorbei. Auch die ERP-Systeme müssen sich dynamisch anpassen.**



Mit diesem Wandel wachsen auch die Anforderungen an die ERP-Systeme. Wenn der Geschäftsführer beispielsweise auf Reisen ist und strategisch wichtige Entscheidungen treffen will, muss er in Echtzeit auf die Business-Software zugreifen können. Moderne ERP-Systeme fungieren auch als zentraler Datenspeicher. Operative Prozesse lassen sich so komplett über mobile Endgeräte analysieren und abwickeln.

Gleichzeitig reduzieren Unternehmen die Gesamtkosten für die technische Verwaltung. So ist eine konsistente Sicht auf die Unternehmensdaten vorhanden und das Management hat jederzeit Zugriff auf aggregierte Reports. Inzwischen haben einige Anbieter von ERP-Lösungen diesen Wandel erkannt, passen ihre Technologien dem mobilen Alltag an und bieten Applikationen, die dem Display mobiler Geräte entsprechen.

### **Follow – Share – Act: ERP wird sozial**

Anfangs hat man Social-Collaboration-Tools in der Business-Welt wenig Seriosität zugesprochen. Inzwischen hat sich das Social Business etabliert und auch moderne ERP-Systeme müssen für die schnellen, agilen Arbeitsweisen im „sozialen Zeitalter“ und die veränderten Anwendererfahrungen zugeschnitten sein.

ERP-Anbieter erkennen zunehmend das Potenzial engagierter Communities zur Vernetzung von Projektteams, Arbeitsgruppen und grenzüberschreitenden Communities – bestehend aus Kunden, Mitarbeitern, Lieferanten und

Partnern. Mitarbeiter wünschen sich eine intuitive Benutzeroberfläche, die die Navigation und die Kommunikation einfacher macht. Das Zusammenspiel von sozialen Netzwerken, Werkzeugen und Anwendungen, das durch eine moderne Oberfläche forciert werden kann, verändert das individuelle Arbeitsverhalten und setzt einzelne Arbeitsschritte in einen größeren Kontext.

### **Fazit**

Moderne ERP-Lösungen sind ein steter Begleiter des technologischen Fortschritts, der sich durch all unsere Lebensbereiche zieht. Alte Systeme reichen oft nicht mehr aus, um am Markt bestehen zu können. Mobility, Big Data und Cloud Computing haben Unternehmensprozesse und die Art und Weise, wie wir arbeiten, längst revolutioniert. Intelligente, schnelle und agile ERP-Systeme werden für den unternehmerischen Erfolg deshalb immer wichtiger.

Um den Anforderungen der modernen Geschäftswelt gerecht zu werden, müssen Unternehmen deshalb jetzt den Wandel von monolithischen ERP-Lösungen zu modernen Werkzeugen vollziehen. Denn entwickelt sich das ERP-System nicht entsprechend mit, kann das Potenzial des Fortschritts auch nicht ausgereizt werden. *[ rm ]*

### **DER AUTOR**



**Michael Mors** ■  
Managing Director bei der UNIT4  
Business Software GmbH







# Pad to Paper

Auf der einen Seite sind wir bemüht, Papier in digitale Dokumente zu verwandeln, wollen Sie dann aber nach Bedarf auch wieder zu Papier bringen. Aber von Tablet oder Smartphone ist das gar nicht so einfach.

Anja Eichelsdörfer

**E**-Mails schreiben oder lesen, im Web surfen, Dokumente lesen oder bearbeiten, das alles ist mit einem Tablet wie dem iPad ganz einfach. Will man Dokumente drucken, wird es schon schwieriger. Das liegt daran, dass z.B. das iPad keine USB-Schnittstelle hat. Zwar ginge der Druck über WLAN, aber bei iOS lassen sich nun mal keine Treiber installieren. Eine andere Lösung muss her. Wir haben uns die Lösungen der Druckerhersteller angesehen und stellen sie in alphabetischer Reihenfolge vor.

## Brother

AirPrint gibt Anwendern von Apple- und Brother-Produkten die Möglichkeit, sich das Leben um einiges einfacher zu machen, wenn es ums Drucken geht. Es muss keine Software heruntergeladen, keine Treiber installiert und keine Kabel verbunden werden. Drücken Sie einfach nur auf Drucken, wann immer Ihr Apple-Mobilgerät mit dem gleichen Netzwerk wie ihr Drucker verbunden ist.

Brother iPrint&Scan ist eine kostenlose App, mit der Sie Fotos, Dokumente und E-Mails aus Ihrem Windows Smartphone, Apple iPhone, iPad, iPod Touch oder aus Ihrem Android-Smartphone drucken oder über Ihr Wireless-Netzwerk auf Ihr Gerät scannen können. Die App ist leicht und bequem zu bedienen. Nach dem Download durchsucht die App Ihr lokales Wireless-Netzwerk automatisch nach unterstützten Geräten.

Die Bereitschaft zur Investition in Technologien, welche die Produktivität der Mitarbeiter und zugleich die Kundenzufriedenheit erhöhen, steigt. Mobile Drucker sind hinsichtlich ihrer vielen Vorzüge für Außendienstmitarbeiter und ihres Return On Investment (ROI) ein integraler Bestandteil von mobilen Technologien.

Mit den PJ-Druckern bietet Brother eine kompakte und zuverlässige Drucklösung für den mobilen Einsatz im Vertrieb, im Service, in der Logistik oder im öffentlichen Dienst. Die Drucker können mittels Bluetooth-, WLAN- oder USB-Schnittstelle bequem von PDAs, Smartphones, Tablet PCs oder Laptops angesteuert werden.

Die PJ-600er-Serie bietet eine mobile DIN-A4-Drucklösung. Mit gerade einmal 26 cm Breite und einem Gewicht von nur max. 478 g passt der PJ problemlos in eine Akten- oder Laptoptasche und kann in Fahrzeugen oder am Arbeitsplatz befestigt werden. Da der PJ im DIN-A4-Format druckt, eignen sich die Geräte ideal zum Ausdruck von Dokumenten wie Rechnungen, Arbeitsprotokollen oder Lieferscheinen, die detailliertere Informationen enthalten. Zudem steht ein breites Sortiment an Zubehörartikeln zur Verfügung, das die Drucker der PJ-600er-Serie zu einer maßgeschneiderten Drucklösung macht.

ScanDirect ermöglicht es, Dokumente einfach per Knopfdruck zu scannen und direkt an die eigene E-Mail-Adresse zu senden. Hierfür müssen weder Treiber



**Die Bereitschaft zur Investition in Technologien, welche die Produktivität der Mitarbeiter und zugleich die Kundenzufriedenheit erhöhen, steigt.“**

Lars Bartetzko ■ Produktmanager New Business & Solutions

installiert noch Einstellungen am Gerät vorgenommen werden.

Mit Mail2Print können Sie das Drucken vom Smartphone, Tablet oder anderen E-Mail-fähigen Geräten aus überwachen und steuern. Der Nutzer sendet ein Dokument an eine zuvor hinterlegte E-Mail-Adresse und holt den Ausdruck nach einer Authentifizierung am Drucker ab. Auch wenn er sich nicht an seinem Arbeitsplatz aufhält, kann der Anwender so mehrere Aufträge über sein Tablet senden. Diese können dann an einem beliebigen Drucker von ihm abgeholt werden.

Mitarbeiter oder Kunden, die zu Besuch kommen, können mit Mail2Print zum Beispiel ihre Hotelreservierung oder ihre Bordkarte auf sehr einfache Art ausdrucken.

### Epson

Smartphones und Tablet-PCs gehören längst zur Standardausstattung vieler Unternehmen, weil diese kleinen Alleskönner sich mittlerweile in ihrem Funktionsumfang nicht mehr von Desktop- und Laptop-PCs unterscheiden. Während jedoch die elektronische Kommunikation über mobile Endgeräte etabliert ist und hervorragend funktioniert, scheitert das mobile Arbeiten mitunter doch noch an den alltäglichen

Notwendigkeiten wie dem Ausdrucken von Dokumenten.

Spätestens dann, wenn der Gang zu einem Unternehmensdrucker erforderlich wird, um Dokumente, Fotos oder Web-Inhalte auszudrucken,

kommt es zum Medienbruch. Schuld an diesem Umweg ist in der Regel eine Inkompatibilität zwischen mobilem Endgerät und dem Drucker. Ein Grund für diesen Umstand findet sich darin, dass es noch keine universelle Lösung zum Drucken von Dateien über Mobilgeräte gibt. Noch existieren zu viele unterschiedliche Geräte und Einsatzszenarien. Daher bietet Epson als ein führender Druckerhersteller Nutzern von Smartphones und Tablets mit „Epson Connect“ eine Software an, um ihre

Druck- und auch Projektionsaufträge nach Wunsch via WLAN oder über das Mobilfunknetz an einen Drucker beziehungsweise Projektor zu senden.

Epson iPrint macht es einfach, Dokumente wie beispielsweise Microsoft Office Dokumente, Fotos oder auch PDF-Dateien ohne zusätzliche Treiber zu drucken. Ein weiterer Vorteil der Epson App besteht darin, dass sie alle Einstellungsmöglichkeiten des Druckers bereitstellt – somit sind auch professionelle Ausdrücke ohne Probleme möglich. Zusätzlich ist dank dieser leistungsfähigen App auch der Scan von Dokumenten direkt auf das mobile Gerät möglich. Die Epson iPrint-App ist für das Apple iPhone, iPad, iPod touch1 sowie Android2 Telefone und Tablet-PCs verfügbar.

Bei Printing Services per E-Mail sind weder Treiber noch Apps notwendig. Solchen Druckern wird bei dessen Konfiguration über das interne Menü eine E-Mail-Adresse zugewiesen. An diese E-Mail-Adresse können anschließend von jedem mobilen Endgerät oder Rechner aus, Dateien zum Druck versendet werden. Somit können Nutzer auch aus der Ferne das Drucken von Dateien initiieren, sofern sie über einen Internetanschluss verfügen. Das Drucken per E-Mail geht zudem schneller als über eine App, beschränkt sich aber in Bezug auf die Einstellungsoptionen auf das Standardformat des jeweiligen Druckers.

### Konica Minolta

Als IT-Service Provider umfasst das Gesamtportfolio von Konica Minolta alle Komponenten, um die komplette Business-Infrastruktur von Unternehmen zu realisieren. Auch mobile und cloudbasierte Druckeranwendungen gehören zum Angebot. Denn deren Geschäftsprozesse werden mehr und mehr von ortsunabhängigen Lösungen durchzogen: Das Marktforschungsinstitut IDC geht davon aus, dass der Anteil der „Mobile Worker“ bis 2015 auf weltweit 1,3 Milliarden Personen ansteigt.

„Hinzu kommt: 2013 wurden in Deutschland rund 28 Millionen Smartphones verkauft. Immer mehr Mitarbeiter setzen diese oder ihre Tablets auch im Arbeitsalltag ein. Die Fakten zeigen deutlich: Ohne mobile Druck- und Scanoptionen bleibt die Optimierung von Geschäftsprozessen unvollständig“, sagt Helge Dolgener, Team Mana-



Moderne Inkjetdrucker wie die Epson Expression Premiumreihe unterstützen alle gängigen mobilen Drucklösungen wie E-Mail Print oder auch Cloud Print.



ger Office Products bei Konica Minolta Business Solutions Deutschland.

Die Konica-Minolta-App PageScope Mobile verbindet Konica Minolta-Multifunktionssysteme mit iPhone, iPad und iPod von Apple oder mit Android-Produkten via Wi-Fi. Mit ihr können Anwender Dokumente von diesen Geräten drucken, aber auch auf den bizhub-Systemen gescannte Daten empfangen. Im Apple App Store oder im Android Google Play kann man die App kostenlos downloaden. Auch die Registrierung von Ausgabesystemen per QR-Code ist möglich. Mit dieser Funktion kann die Auswahl des bizhub-Systems für den Druck oder Scan einfach durch Abscannen des QR-Codes am System erfolgen. Die Lösung ist im Markt etabliert: Bereits mehr als 50.000 Nutzer setzen auf die kostenlose Mobildruck-App für Android und iOS.

EveryonePrint steht für komfortables mobiles Drucken ohne Treiber und Softwareinstallation für nahezu alle mobilen Endgeräte wie Smartphone, Notebook und Tablets in Unternehmen. Um sicherzustellen, dass vertrauliche Dokumente im Firmennetzwerk sicher sind, wird EveryonePrint auf einem lokalen Server installiert. Die private Druck-cloudumgebung macht die Lösung für alle kleinen und mittelständischen Unternehmen interessant, die sicheren Mobildruck bereitstellen müssen. Auch eine Follow-Me-Druck-Funktion steht zur Verfügung: Registrierte Benutzer können ihre Druckaufträge nach Bedarf auf einem beliebigen Netzwerkgerät freigeben. Optional kann zur sicheren Übertragung von Druckaufträgen an den Server und vom Server an das Drucksystem eine durchgängige Dateiverschlüsselung aktiviert werden.

## Kyocera

Als Anbieter von zukunftsfähigen Dokumentenmanagement-Lösungen hat Kyocera Document Solutions ebenfalls Anwendungen entwickelt, die Drucken und Scannen im Unternehmensnetzwerk von mobilen Geräten ermöglicht. Ob Fotos, Dokumente oder Internetseiten, mit Kyocera Mobile Print lassen sich Daten bequem auf jedem im Netzwerk verfügbaren Kyocera-System ausgeben bzw. Scans direkt auf das Smartphone oder Tablet übertragen. Eine weitere Treiberinstallation ist nicht nötig.

Die Kyocera-App überzeugt dabei durch zahlreiche Funktionen. So

entscheidet der Anwender bequem per Smartphone bzw. Tablet-PC über Druckqualität, Auflösung sowie das gewünschte Dateiformat. Auch der Duplex-Dokumenteneinzug lässt sich auf diese Weise auswählen. Dank der übersichtlichen Menüführung geht das Scannen und Drucken schnell von der Hand. Ein weiterer Pluspunkt von Kyocera Mobile Print ist überdies die integrierte Kostenstellenzuordnung. Outputkosten lassen sich problemlos erfassen und auf die einzelnen Kostenstellen aufschlüsseln. Dies schafft auch auf Administrator-Seite zusätzliche Flexibilität.

Ebenfalls weiß Kyocera Mobile Print beim Thema Sicherheit zu überzeugen. Da die Lösung die integrierte Benutzeranmeldung der jeweiligen Kyocera-Systeme nutzt, wird die Verwendung der Endgeräte vor nicht autorisierten Zugriffen geschützt. Zudem erfolgt die Datenübertragung über das eigene Unternehmensnetzwerk ohne Zwischenspeicherung auf einem Internetserver. Dementsprechend kommt Kyocera Mobile Print ohne Cloud-Lösung aus.

Dies schützt die Druckdaten, wie Frank Strotmann, Produkt Marketing Manager Lösungen bei der Kyocera Document Solutions Deutschland GmbH, feststellt: „Bei vielen Cloud-Printing-Lösungen sind Aspekte der Datensicherheit bzw. des Datenschutzes noch nicht ausreichend geklärt. Hier besteht noch großes Entwicklungspotenzial, damit sich derartige Konzepte am Markt breitflächig durchsetzen. Da Kyocera Mobile Print ausschließlich im Unternehmensnetzwerk arbeitet, gewährleistet dieser Ansatz bereits heute die größtmögliche Sicherheit der Daten beim mobilen Drucken und Scannen.“

KYOCERA Cloud Connect schlägt die Brücke zwischen Multifunktionssystem und dem Cloud-Speicher, wie Evernote oder Google-Drive. Cloud Connect unterstützt die Formate JPEG, PDF und TIFF und macht die Nutzung durch intuitive Menüführung leicht. Cloud Connect befreit den Anwender von der Notwendigkeit, immer Papierdokumente oder den Rechner bei sich zu haben.

## Lexmark

Heute gibt es viele Ansätze für die Bereitstellung mobiler Drucklösungen, aber nicht eine ist in der Lage, alle Anforderungen zu erfüllen. Aus diesem Grund bietet Lexmark vielfältige Möglichkeiten, wie Unternehmen und



### > Optimierung von Geschäftsprozessen muss mobile Druck- und Scanoptionen einbeziehen“

Helge Dolgener ■ Team Manager Office Products bei Konica Minolta Business Solutions Deutschland.



### > Da Kyocera Mobile Print ausschließlich im Unternehmensnetzwerk arbeitet, gewährleistet dieser Ansatz bereits heute die größtmögliche Sicherheit.“

Frank Strotmann ■ Produkt Marketing Manager Lösungen bei der Kyocera Document Solutions Deutschland GmbH

Organisationen von mobilen Produktivitätslösungen profitieren können, ohne ein Sicherheitsrisiko einzugehen oder überhöhten und ungeplanten finanziellen Belastungen ausgesetzt zu sein. Die mobile Drucklösung von Lexmark steht als kostenlose App zum Download bereit und ermöglicht über ein Firmennetzwerk den direkten Druck auf („PDF Direct“- und „Direct Image“-fähigen) Lexmark Druckern. Microsoft Office-Formate werden nicht unterstützt.

Die Lexmark Druckfreigabe, eine Pull-Printing-Lösung für den flexiblen Druck, sorgt dafür, dass die Anforderungen mobiler Mitarbeiter in einem großen Unternehmen einfach und sicher erfüllt werden. Zahlreiche gängige Dokument- und Bildformate werden unterstützt.

Apple iOS-Geräte wie iPhone und iPad sind in der Lage, automatisch AirPrint-fähige Lexmark Drucker im lokalen Wi-Fi-Netzwerk zu finden und sich mit ihnen zu verbinden. Genießen Sie die Vorteile des grenzenlosen WLAN-Drucks.

Die Lexmark App für Google Cloud Print ermöglicht die einfache und sichere Freigabe von Druckaufträgen über den Google Cloud-Print-Dienst.

Die Lexmark App für Google Text & Tabellen unterstützt das schnelle und einfache Scannen von Dokumenten, die Sie in Ihr Google Text & Tabellen-Konto hochladen können. Außerdem ermöglicht die App das Durchsuchen und Drucken der in Google Text & Tabellen gespeicherten Dateien.

## OKI

Mobile Lösungen haben nicht nur im privaten Umfeld längst Einzug gehalten, um unterschiedliche Vorgänge einfacher, komfortabler und schneller zu gestalten. Auch die Berufswelt wurde beispielsweise durch Mobiltelefonie und mobiles Internet deutlich effizienter – Mitarbeiter sind dadurch nicht mehr an den Arbeitsplatz gebunden und sehr viel flexibler. Aufgrund solcher Vorteile ist es naheliegend, dass mobile Lösungen nun vermehrt in weitere Bereiche des Arbeitsalltags vordringen: So wurden in den letzten Jahren auch mobile Lösungen für das Drucken verstärkt nachgefragt, weiß Frank Breitenbach, Produkt Marketing Manager bei OKI: „Neben dem eigentlichen Druck direkt aus einer App via Smartphone oder Tablet sehen wir die lokale Freigabe von Druckaufträgen über das mobi-

le Endgerät als ein weiteres Hauptanwendungsfeld mobiler Drucklösungen. Hierbei wählt der Nutzer seine zuvor vom PC aus gesendeten Dokumente bequem auf dem mobilen Endgerät aus und identifiziert sich am Ausgabegerät mittels QR Code. Gerade bei Unternehmen mit mobilen Mitarbeitern, wie beispielsweise Außendienstlern, erleichtert diese Art des sogenannten Pull Printing die Handhabung. Dies funktioniert auch bei Ausgabesystemen, die kein eigenes integriertes Display haben. Die Möglichkeit der Druckauftragswahl samt Identifizierung am Drucker macht mobile Drucklösungen auch für Hotels oder öffentliche Einrichtungen wie Schulen oder Universitäten interessant. Durch die Authentifizierung wird darüber hinaus eine personenbezogene und automatische Abrechnung ermöglicht. Beste Beispiele für die professionelle Umsetzung liefern die Lösungspartner drivve mit „drivve print“ oder PaperCut mit der „PaperCut NG/MF“ Software als integrierte Lösung im Zusammenspiel mit vielen OKI Drucksystemen.

Daneben sind bereits heute viele OKI MFPs wie die OKI MC3x1, OKI MC5x1 und OKI MB4x1 Serie mit Apple AirPrint Kompatibilität ausgerüstet. Drahtloses Drucken mit AirPrint ermöglicht es den Anwendern von iPhone, iPad und iPod touch mühelos eine Vielzahl unterschiedlicher Dokumente auf AirPrint-fähigen Druckern auszugeben, ohne dass sie hierzu Software downloaden oder Treiber installieren müssen. Diese Technologie in Verbindung mit der leistungsfähigen OKI LED-Technologie sowie OKI Druckern und MFPs, die AirPrint unterstützen, bietet vielbeschäftigten professionellen Nutzern die Flexibilität, Geschäftsunterlagen in hoher Qualität auszudrucken, wann immer sie diese benötigen und wo immer sie sich gerade aufhalten.

## Samsung

Mobile Drucklösungen haben für den koreanischen Hersteller Samsung eine große Bedeutung. Ein Vorteil für den Kunden ist es dabei, dass alle Geräte wie Tablets, Smartphones und Output-Devices aus einer Hand kommen. Samsung konzentriert sich dabei nicht nur auf Software-Lösungen wie die „MobilePrint App“ oder professionelle Lösungspakete für Business-Anwendungen, sondern bietet auch A4-Laserdrucker und -Multifunktionsgeräte in Far-



➤ **Gerade bei Unternehmen mit mobilen Mitarbeitern, wie beispielsweise Außendienstlern, erleichtert diese Art des sogenannten Pull Printing die Handhabung.“**

**Frank Breitenbach** ■ Produkt Marketing Manager bei OKI

be und Schwarz-Weiß an, die mit einer NFC-Schnittstelle ausgerüstet sind.

Die „MobilePrint App“ funktioniert bequem sowohl mit einer WLAN- oder Netzwerkverbindung oder über die Cloud und benötigt keine zusätzlichen Treiber oder Netzwerkkonfigurationen. Damit können Bilder, E-Mails, PDF-Dateien, Webseiten oder Dokumente von Google Docs und Microsoft Office unkompliziert und schnell ausgedruckt werden. Und auch umgekehrt funktioniert es: Branchenweit einzigartig kann sie Bilder empfangen, die mit Samsung Multifunktionsdruckern eingescannt und an das Mobilgerät gesendet wurden. Mit der App entfallen auch die Mühen um die Installation von Treibern oder weiterer Software: Auf Mobilgeräten von Samsung genügt bei einer geöffneten Datei ein Druck auf das „Drucken“-Symbol auf dem Menü-Bildschirm. Das Gerät findet automatisch die in der Nähe verfügbaren Samsung-Drucker. Über wenige Klicks lassen sich verschiedene Optionen, wie beispielsweise die Anzahl der Ausdrucke, doppelseitiger Druck, Farbeinstellungen, Dokumentgröße, Seitenausrichtung oder Dokumenttyp, auswählen.

Unter dem Namen „Business Core Printing Solutions“ vertreibt Samsung professionelle Unternehmenslösungen, zu denen auch weitreichende mobile Lösungen zählen. Zu den Lösungen gehört unter anderem der „Cloud Connector“, der sicheres Scannen, Ablegen von Dokumenten und Drucken in und aus einem Cloud-Speicher ermöglicht. Da hier verschiedene Cloud-Dienste wie Microsoft SharePoint Online und Google Drive unterstützt werden, benötigen Unternehmen keinen eigenen Server für diese Applikationen. Weiterer Bestandteil ist eine vollständige Pull-Print-Lösung, die ebenfalls ohne zusätzliche Server auskommt. Schickt ein Mitarbeiter einen Druckauftrag wird das Dokument erst ausgedruckt, nachdem er sich bei einem beliebigen Multifunktionsgerät autorisiert hat. Die Übermittlung geschieht dabei verschlüsselt. Bei dieser Sicherheitslösung können bis zu zehn MFPs eingebunden und bis zu 500 Anwender registriert werden. Die erforderliche Authentifizierung kann dabei direkt über ein Samsung-Smartphone oder -Tablet erfolgen.

Als erster Hersteller bieten die Koreaner derzeit zwei Familien von NFC-fähigen Druckern und Multifunktions-

Samsung nutzt die NFC-Technologie, wie sie in vielen Galaxy-Modellen bereits vorhanden ist, für die Identifizierung am Drucker.



geräten an. Hier müssen Nutzer nur ihr mobiles Endgerät an das NFC-Label halten, um automatisch eine Verbindung herzustellen. So kann einfach gedruckt oder ein Scan auf das Smartphone oder Tablet übertragen werden, ohne aufwendige Netzwerkverbindungen zu konfigurieren. Dies gewährleistet einen hohen Grad an Sicherheit, da die Verbindung nur zwischen zwei Geräten auf wenige Zentimeter funktioniert und nach Überschreiten des Maximalabstandes automatisch getrennt wird. Noch im ersten Halbjahr 2014 will Samsung weitere NFC-fähige Drucker und MFPs auf den Markt bringen, die dann auch noch über direkte Verbindungsmöglichkeiten zu Google Cloud mit entsprechenden Druckfunktionen verfügen sollen.

Zur Gewährleistung der Datensicherheit mobiler Endgeräte und der Datenübertragung beim Drucken bietet Samsung professionelle Lösungen für seine Android-basierten Geräte. [ae]





# Unerschöpflicher Datenfluss

**Daten sind das Erdöl des 21. Jahrhunderts**, und das virtuelle Datenöl sprudelt ungebremsst und immer üppiger. So üppig, dass es Unternehmen zunehmend schwerfällt, angestammte Analysewerkzeuge effizient einzusetzen. Das Potenzial ungenutzter Informationen rückt zunehmend in den Fokus der Geschäftswelt: Wie entstehen intelligente Geschäftsoperationen aus dem Wust der Datenströme? Durch „Intelligent Business Operations“, die traditionelle Analysen ergänzen und zu neuen Einsichten im operativen Geschäftsbetrieb führen. Was ist dran am neuen Hype?

Dr. Jürgen Krämer

**L**aut Gartner definieren Intelligent Business Operations (IBO) einen Arbeitsstil, der durch operationale Intelligenz in Echtzeit geprägt ist und schnelle Business-Analysen mit den traditionellen Aktivitäten des täglichen Geschäfts im Unternehmen verbindet.

Klassische Business-Analytics-Tools liefern Analysen zeitverzögert, während IBO aktuelle Daten aus dem laufenden Betrieb abgreifen und zeitnah zur Verfügung stellen. Nachgelagerte Auswertungen sind damit zwar nicht obsolet, werden aber ergänzt durch kontinuierliche Geschäftsanalysen in Echtzeit, die „intelligente“ Entscheidungen zeitnah ermöglichen.

IBO-Lösungen eröffnen Unternehmen umfassende Möglichkeiten, Daten zu analysieren und so Live-Einblicke in das laufende Geschäft zu gewinnen – um bessere Entscheidungen zu treffen, Entscheidungen zu beschleunigen, Trends und zukünftige Entwicklungen abzuleiten, geschäftskritische Ereignisse frühzeitig zu erkennen und sich daraus Wettbewerbsvorteile zu verschaffen. Grundsätzlich gilt es, bei den zur Verfügung stehenden Analyse-Plattformen abzuwägen zwischen dem Trade-off aus extremer Skalierbarkeit einerseits und großer Flexibilität andererseits.

Die Entscheidung, die Präferenz eher auf eine hochgradig skalierbare oder eher flexible und erweiterbare Lösung zu legen, sollte auf Basis von drei maßgeblichen Faktoren getroffen werden:

erstens in Abhängigkeit davon, was analysiert werden soll, zweitens unter Berücksichtigung der wirtschaftlichen Umgebung, in der das Unternehmen tätig ist, und drittens nach dem Automatisierungsgrad der Unternehmensprozesse.

## Vorsprung durch flexible IBO-Lösungen

Agiert ein Unternehmen in einer dynamischen Umwelt und besitzt einen hohen Automatisierungsgrad, sollten die IT-Fachverantwortlichen eher auf Flexibilität als auf Skalierbarkeit setzen. Ideal für solche Unternehmen ist eine Plattform, die visualisierte Echtzeit-Einblicke in die Geschäftsprozesse erlaubt. Dabei liegt der Schlüssel zum Erfolg in der Verbindung der Analysen mit den operativen Abläufen. Gelingt diese Verbindung, werden Organisationen in die Lage versetzt, die Informationen aus den analysierten Geschäfts- und Prozessdaten zum richtigen Zeitpunkt mit den richtigen Maßnahmen zu verknüpfen.

Dadurch erhalten sie Einblicke in das operative Geschäft und die zugehörigen Prozesse entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Denn flexible IBO-Lösungen sind in der Lage, durch kontinuierliche Analysen ein verbessertes Situationsbewusstsein anhand von stets aktuellen Kennzahlen herzustellen und diese Einblicke je nach Kontext und Situation zur Entscheidungsfindung heranzuziehen, um daraus dyna-

## DER AUTOR



**Dr. Jürgen Krämer** ■  
Vice President Analytics bei der Software AG



**Big Fast Data als Teil vollautomatisierter Abläufe ist sozusagen die Formel 1 der Datenanalyse.**



misch die jeweils bestmögliche Aktion einzuleiten.

Dies gilt gleichermaßen für automatisierte Geschäftsprozesse. Business-Anwendern soll dabei sogar die Möglichkeit gegeben werden, Entscheidungen zu treffen und so Änderungen im Geschäftsablauf dynamisch vorzunehmen, ohne dass hierbei eine direkte Mitwirkung der IT erforderlich ist. Historische Datenanalysen ergänzen die IBO-Vorgehensweise und liefern zusätzliche Informationen, zum Beispiel für die Ursachenanalyse und taktische Prozessoptimierungen.

### **Verknüpfung unterschiedlicher Technologien**

Der IBO-Ansatz verknüpft unterschiedliche Datenquellen in einer heterogenen IT-Landschaft, liefert Live-Einblicke und erlaubt, diese mit Maßnahmen, wie etwa dem Anstoßen eines Prozesses, dem Aufrufen eines Dienstes oder dem Versenden einer Nachricht, je nach Situation zu verknüpfen. Dabei werden verschiedene Technologien geschickt miteinander verbunden:

1. Event Management: Die Integration und Verarbeitung von Geschäftsereignissen liefert aktuelle Einblicke in das operative Geschehen.
2. Decision Management: schnellere und bessere Entscheidungen in der jeweiligen Situation.

3. BPM Flow Management: die Einleitung der richtigen Aktionen und Maßnahmen im richtigen Moment.

Das übergeordnete Paradigma dieser drei Elemente lässt sich unter dem Begriff „Next Best Action“ zusammenfassen: Auf Basis der dynamischen Analyse der aktuellen Geschäftsprozesse werden Entscheidungen getroffen und optimale Aktionen angestoßen, um den Geschäftserfolg zu verbessern. Aber wie funktioniert das?

### **Die drei Ebenen von Intelligent Business Operations**

Um die „Next Best Action“ zu identifizieren, verknüpfen IBO-Plattformen mehrere Analyseebenen miteinander: Eine erste Basisebene sammelt und integriert zunächst Daten aus zahlreichen Quellen wie ERP- und CRM-Systemen, aus Cloud-Diensten, aus mobilen und Social-Media-Anwendungen. Die zweite Ebene ermöglicht drei verschiedene Analysearten, darunter Analysen in Echtzeit, nachgelagerte und prognostizierende Analysen. Letztere reichen in die Zukunft und erkennen auf Basis des historischen und aktuellen Verhaltens Trends. Diese Analysen können sich sowohl auf Geschäftsdaten als auch auf Prozesse beziehen.

Die dritte IBO-Ebene dient der Visualisierung und dem Anstoßen der aus





**IBO-Lösungen bieten ungeahnte Möglichkeiten der Datenanalyse und „Live-Einblicke“ ins laufende Geschäft.**



den Analysen abgeleiteten Aktionen. Hierfür stehen sogenannte Dashboards und interaktive Benutzeroberflächen zur Verfügung, die Echtzeit-Analysen, historische Auswertungen, Trends und Vorhersagen visuell darstellen. Diese Visualisierung lässt sich mit verschiedenen Mechanismen zur Einleitung von Maßnahmen verknüpfen.

Ein Beispiel für IBO: Ein Manager in einem Handelsunternehmen möchte herausfinden, ob Waren rechtzeitig ausgeliefert wurden. Bisher mussten dazu manuell unterschiedliche Systeme geprüft werden, die den Warenausgang dokumentieren. Pünktliche Warenauslieferung ist ein Leistungsmerkmal (Key Performance Indicator), das IBO-Systeme erfassen.

Sie liefern nicht nur den Mechanismus, um KPIs nachgelagert zu messen, sondern erfassen diese auch in Echtzeit, sodass die Ursachen für fehlerhafte Auslieferungen frühzeitig erkannt werden können. Operationale Intelligenz liefert also die Grundlage, Fehlerbehebungen flexibel und je nach Situation angepasst zu veranlassen, noch bevor die Folgen von Fehlern eintreten und für den Kunden sichtbar werden.

IBO fasst in diesem Sinne verschiedene Technologien zusammen, die zwar seit Längerem zur Verfügung stehen, in dieser Kombination bisher aber so nicht genutzt wurden. Unternehmen profitie-

ren davon, dass sie eine ganzheitliche Lösung aus einer Hand erhalten und mit einer einheitlichen Visualisierungsebene und einer Schnittstelle arbeiten können, die auf beliebigen Endgeräten – auch mobil – darstellbar ist.

Flexibilität ist in diesem Umfeld für die beschriebenen Unternehmen besonders wichtig, weil sie in hohem Maß darauf angewiesen sind, ihre Analytics-Plattform auf sich verändernde IT-Anforderungen wie neue Cloud-Dienste, Marktveränderungen und Wettbewerbssituationen anpassen zu können. Die Anforderungen hinsichtlich der Datenvolumina und Geschwindigkeit der Datenanalyse nehmen eine eher untergeordnete Rolle ein und sind mit den heutigen Technologien gut umsetzbar.

### **Skalierbarkeit für extensive und schnelle Datenanalysen**

Unternehmen, die in Echtzeit enorme Datenvolumina analysieren und auf dieser Basis extrem schnelle Entscheidungen vollautomatisch, also ohne menschliche Interaktion, treffen müssen, sollten bei der Auswahl einer IBO-Plattform dagegen ihre erste Priorität auf skalierbare Big-Fast-Data-Lösungen setzen. Beispiele hierfür sind im Umfeld der Betrugserkennung, dem elektronischen Handel oder der Sensordatenanalyse zu finden.

Hierbei geht es zwar ebenfalls um die „Next Best Action“, allerdings sind die Rahmenbedingungen anders. Die Datenvolumina und die Geschwindigkeit, in der die Daten eintreffen, sind erheblich höher. Des Weiteren wird in diesen Anwendungen versucht, die Zeitspanne, die zwischen der Datenanalyse und der eingeleiteten Maßnahme vergeht, zu minimieren. Diese liegt oftmals im Subsekundenbereich. Von daher ist ein menschliches Eingreifen zumeist weder möglich noch vorgesehen – außer im Notfall.

In-Memory-Technologien befeuern die Entwicklung und Umsetzung solcher Analyseplattform zusätzlich. Sowohl die Datenverwaltung als auch die Datenanalyse erfolgen hierbei primär im Hauptspeicher. Verteilte Cache-Infrastrukturen erlauben es, riesige Datenmengen skalierbar im Hauptspeicher vorzuhalten. Produktive Installationen erstrecken sich heute schon bis in den dreistelligen Terabyte-Bereich.

Lese- und Schreiboperationen im Hauptspeicher sind circa um den Faktor 1 000 schneller als der entsprechende Zugriff auf eine normale Festplatte. Da Zugriffe auf die transaktionalen Systeme und somit die Festplatte durch das Caching der relevanten Daten minimiert werden, und stattdessen Hauptspeicher-

zugriffe erfolgen, lassen sich die Antwortzeiten von Anwendungen enorm verkürzen.

Doch die skalierbare Datenhaltung im Hauptspeicher und der schnelle Zugriff auf die Daten ist nur der erste Schritt. In-Memory-Analysen ermöglichen, die Rohdaten im Hauptspeicher ad hoc als auch kontinuierlich zu analysieren. Die gewonnenen und somit veredelten Daten und Informationen können wiederum im Hauptspeicher abgelegt werden und stehen so Anwendungen sofort zur Verfügung. Im Gegensatz zu ad-hoc-Analysen, die Daten erst bei Bedarf verarbeiten, lässt sich mit der Technologie Complex Event Processing (CEP) eine kontinuierliche Datenverarbeitung mit minimaler Auswertungslatenz umsetzen.

Hierbei lösen Änderungen der Daten im Hauptspeicher, etwa das Einfügen, Löschen oder Aktualisieren von Datensätzen, Ereignisse aus, die unmittelbar eine Aktualisierung der Analysen anstoßen. Die Analyse wird dabei nicht erneut vollständig über der Datengesamtheit ausgeführt, sondern nur eine Art „Delta“ berechnet. Man spricht von sogenannten inkrementellen Berechnungen. Folglich stehen die Analyseergebnisse sofort und stets aktuell zur Verfügung. Diese Kombination von In-Memory-Technologien erlaubt die Analyse von Millionen Datensätzen pro Sekunde auf einem Rechner und lässt sich dynamisch über die Anzahl an Rechnern in einem Cluster skalieren.

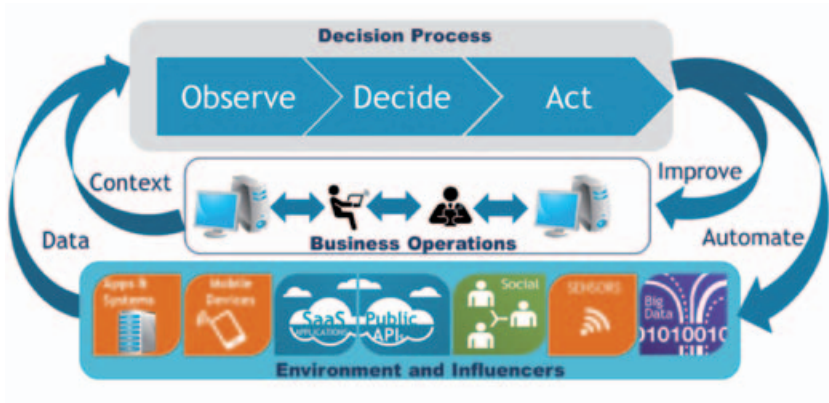
### Big Fast Data in der Praxis

Zwei Beispiele zeigen, wie sich die Technologie in die Praxis umsetzen lässt: Ein renommiertes Kreditkartenunternehmen konnte die Prüfung riesiger Mengen von Transaktionen auf Betrugsversuche von 45 Minuten auf 650 Millisekunden für 99 Prozent der Transaktionen reduzieren. Dank dieser rekordverdächtigen Beschleunigung bewahrt es seine Kunden nun vor Vermögensverlusten in zweistelliger Millionenhöhe pro Jahr. Im Millisekunden-Takt prüft der Finanzdienstleister jede Transaktion auf das Risiko einer betrügerischen Handlung. Es geht um ausgefeilte Datenanalysen und die schnelle Erkennung von Mustern, auf deren Basis Entscheidungen zur Durchführung von Transaktionen getroffen werden.

Auch die Kunden eines australischen Telekommunikationsanbieters profitieren vom Geschwindigkeitsrausch in



Die Zeiten langsamer Rechenvorgänge sind dank In-Memory-Technologie endgültig vorbei.



Intelligent Business Operations verbinden schnelle Analysen mit den traditionellen Aktivitäten des täglichen Geschäfts.

der Datenverarbeitung. Innerhalb von 200 Millisekunden – über hundert Mal schneller als bislang – stehen ihnen nun die Rechnungsdaten zur Verfügung und sie können erkennen, wie viel ihr Telefongespräch, ihre Datenübertragung oder das Versenden der Fotos vom Smartphone gerade kostet. Für den Kunden ist das gefühlte Echtzeit.

Auch für das Unternehmen eröffnet dies neue Potenziale, beispielsweise ein verbesserter Support in den Call-Centern oder neue Vertriebsmöglichkeiten im Mobilfunkbereich zur Steigerung der Kundenbindung. Der Provider will trotz rasant steigender Nutzerzahlen mit dieser Hochgeschwindigkeitsverarbeitung seinen herausragenden Qualitätsstandard in den Online-Self-Services bewahren. Ein überzeugendes Beispiel für den Mehrwert, den Big-Fast-Data-Analyseplattformen erzeugen.

### Skalierbar oder flexibel – oder beides?

Schließen sich also flexible und skalierbare Analysen aus? Nein, denn die Übergänge sind fließend und hängen vom jeweiligen Szenario ab. Business Analytics wird oftmals in seinen extremen Ausprägungen diskutiert, ohne darauf hinzuweisen, dass es die unterschiedlichsten Varianten dazwischen gibt. Die eine Seite der Geschäftsanalysen mittels IBO betont stärker den Gesamtblick auf die ablaufenden Geschäftsprozesse in einem heterogenen IT-Umfeld und deren flexible Steuerung, wobei menschliche Interaktionen oft notwendig und gewünscht sind.

Die andere Seite der Anwendungsfälle von IBO befasst sich mit Big Fast Data und der Hochgeschwindigkeitsauswertung als wichtigem Teil vollautomatisierter Abläufe, für die Menschen viel zu langsam sind. Letzteres ist sozusagen

die Formel 1 der Datenanalyse, während es sich beim ersten Ansatz vielmehr um den komfortablen PKW handelt, der zwar auch schnell ist, aber doch mehr Zeit für Entscheidungen lässt.

Dazwischen gibt es beliebig viele Spielarten. Es gibt sogar Anwendungsszenarien, die beide Extreme kombinieren. Mittels Big-Fast-Data-Lösungen lassen sich Sensordaten von Tausenden intelligenten Geräten in Echtzeit auswerten und so Einblicke gewinnen, um Steuerungen vorzunehmen. Falls ein Gerät defekt ist, kann dies unmittelbar erkannt werden. Zum Austausch eines Gerätes kann man aber wieder einen Prozess anstoßen und dessen Abarbeitung kontinuierlich mitverfolgen und gegebenenfalls eingreifen. In diesem Moment werden beide Formen von IBO elegant miteinander verknüpft.

### Fazit

Festhalten lässt sich, dass IBO ein neues Feld der Business-Analyse darstellen und sich vorrangig der Analyse und Optimierung des operativen Geschäftsbetriebs widmen. Traditionelle nachgelagerte Analysen ergänzen IBO. Doch IBO sind mehr als nur eine moderne Form der Datenanalyse. Das Interessante und Wertschöpfende an IBO-Lösungen liegt in der Verknüpfung von Live-Einblicken mit Handlungsmaßnahmen.

Durch das verbesserte Situationsbewusstsein lassen sich zum richtigen Zeitpunkt die richtigen Aktionen schnell und gezielt einleiten. Wie wir damit umgehen und mit welcher technologischen Plattform für IBO wir starten, liegt in unserer Hand und hängt von den Einsatzszenarien im Unternehmen ab.

[ rm ]





# Video wird zum Standard



Laut einer aktuellen Studie von Polycom setzen sich Videokonferenzen in der alltäglichen B2B-Kommunikation deutscher Unternehmen mehr und mehr durch. Der spezifische, individualisierte Einsatz von Video in verschiedensten Branchen bietet viel Potenzial, um die Kosten zu reduzieren und Prozesse zu optimieren.

**Thomas Nicolaus**

**W**aren Videokonferenzen früher ein von langer Hand geplantes Ereignis und hauptsächlich der Führungsebene vorbehalten, sind sie heute Standard in unserem Arbeitsalltag – sowohl in Deutschland als auch weltweit. Zu diesem Ergebnis kommt die neue Studie von Polycom und Redshift Research „Global View: Business Video Conferencing Usage and Trends“.

Dafür wurden über 1 200 Business-Entscheider aus kleinen, mittleren und großen Unternehmen in Deutschland, Frankreich, UK, Russland, Belgien, Niederlande, Polen, USA, Brasilien, Singapur, Indien und Australien befragt. Die Teilnehmer stellen einen Querschnitt aller Entscheidungsebenen in den Unternehmen dar – von CEOs über HR-Manager, CIOs und IT-Manager, Entscheider aus dem Sales- und Marketingbereich bis hin zu Leitern der Fertigung.

Die Studie zeigt, dass über zwei Drittel der befragten deutschen Entscheider Videokonferenzen bereits für ihre Geschäftskommunikation nutzen. Weltweit sind es sogar 76 Prozent. Video Conferencing (VC) wird also sowohl in Deutschland als auch weltweit immer mehr zum Standard, in Deutschland findet diese Entwicklung jedoch etwas verzögert statt.

Das liegt wohl vor allem daran, dass die Deutschen generell keine „Early Adopters“ neuer Technologien sind, sondern das typische „Land der Ingenieure“: Bevor eine neue Technologie eingesetzt wird, muss sie voll ausgereift sein, damit das reibungslose Funktionieren sichergestellt ist. Dennoch

nehmen heute laut Studie 48 Prozent der Nutzer von Videokonferenzen in Deutschland mindestens einmal pro Woche an einem Video-Meeting teil, weltweit sind es 56 Prozent.

### **Video in drei Jahren beliebter als E-Mail**

Nach ihrer bevorzugten Kommunikationsmethode im Arbeitsleben gefragt, nannten die deutschen Befragten Videokonferenzen an dritter Stelle (48 Prozent). Für 84 Prozent der Deutschen stehen Voice- beziehungsweise Conference Calls an zweiter Stelle (im Vergleich zu nur 64 Prozent weltweit). E-Mail steht unangefochten auf Platz eins und wird von 85 Prozent (beziehungsweise von 89 Prozent weltweit) als Kommunikationsmethode bevorzugt. Das soll aber nicht so bleiben: 47 Prozent aller deutschen Befragten meinen, dass Video Conferencing in drei Jahren ihre bevorzugte Kommunikationsmethode sein wird – weltweit sind sogar mehr als die Hälfte dieser Ansicht.

Für die Videokommunikation werden heute sowohl in Deutschland als auch weltweit am liebsten Laptop oder Desktop genutzt (64 Prozent in Deutschland und 75 Prozent weltweit). Konferenzräume bevorzugen 47 beziehungsweise 48 Prozent für Video Meetings, 36 beziehungsweise 42 Prozent nutzen dafür mobile Geräte.

In drei Jahren liegen Laptops und Desktops immer noch vorn – 67 Prozent der Video-Nutzer in Deutschland und 72 Prozent weltweit bevorzugen diese –, während die Nutzung auf mobilen Geräten auf 44 Prozent in Deutschland

> **Weltweit verteilt arbeitende Kollegen arbeiten über Videokonferenzen viel besser zusammen.**



steigt (weltweit auf 55 Prozent), die in Konferenzräumen auf 53 Prozent beziehungsweise 51 Prozent weltweit.

### Mehr als nur Reisekosten sparen

Oftmals werden Einsparungen bei Reisekosten und -zeit als größter Vorteil von Videokonferenzen angegeben. Tatsächlich geben in Deutschland 9,4 Millionen Geschäftsreisende pro Jahr 12,5 Milliarden Euro für Flüge aus, 8,6 Milliarden für Bahnfahrten, 12 Milliarden für Übernachtungen und 3,7 Milliarden Euro für Mietwagen, so die VDR-Geschäftsreiseanalyse 2013 für den deutschen Markt.

Darüber hinaus verlieren Geschäftsreisende im Durchschnitt 48 Minuten pro Dienstreise durch unzureichende Reiseplanung, ungünstige Anschlussverbindungen oder schlecht gewählte Unterkünfte. Bei rund 166 Millionen Geschäftsreisen pro Jahr verlieren Deutschlands Unternehmen damit jährlich über 133 Millionen Stunden an Arbeitszeit.

Geschäftsreisen dort, wo möglich, durch Videokonferenzen zu ersetzen, bietet also tatsächlich ein beträchtliches Einsparpotenzial. Dem spielt die Entwicklung von VC-Lösungen in den letzten Jahren in die Hand: Video in hoher Qualität steht nicht mehr nur über aufwendige Hardware-Installationen in eigens dafür geschaffenen Meeting-Räumen zur Verfügung; Lösungen für den Desktop und mobile Endgeräte ermöglichen die Integration von Video an jedem Arbeitsplatz per Software-Installation.

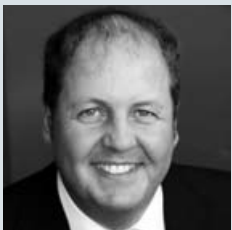
Immer schnellere drahtlose Netze und der Einsatz sowie die kontinuierliche Weiterentwicklung der Kodierungsverfahren sorgen zudem dafür, dass Mitarbeiter über WLAN oder Mobilfunk mit Smartphones und Tablets an professionellen Unternehmens-Videokonferenzen in höchster Qualität teilnehmen können.

Mittlerweile sehen jedoch viele Unternehmen Vorteile von VC, die über die Einsparungen bei Reisekosten und -zeit weit hinausgehen. Für die deutschen Befragten der Polycom-Studie, die heute bereits Videokonferenzen nutzen, sind die größten Vorteile von Videomeetings folgende:

- > die verbesserte Zusammenarbeit zwischen weltweit verteilt arbeitenden Kollegen (53 Prozent vs. 54 Prozent weltweit),
- > eine bessere und stärkere Beziehung mit Kollegen und Partnern an anderen Standorten (50 Prozent vs. 35 Prozent weltweit),
- > das bessere Verständnis der diskutierten Themen (47 Prozent vs. 45 Prozent weltweit) sowie
- > effizientere Meetings (41 Prozent vs. 44 Prozent weltweit).

Außerdem geben 58 Prozent der Befragten in Deutschland (64 Prozent weltweit) an, dass Video ein sehr wichtiges Tool ist, um Distanzen zu überwinden und die Produktivität von Teams in verschiedenen Städten und Ländern zu verbessern.

### DER AUTOR



**Thomas Nicolaus** ■  
Area Sales Vice President DACH  
und Osteuropa bei Polycom





Die Einsatzmöglichkeiten von Videokonferenzen sind so vielfältig wie die Herausforderungen, vor denen Unternehmen und Organisationen täglich stehen. Die Befragten in Deutschland, die Videokonferenzen nutzen, tun dies vor allem, um sich mit den Kollegen anderer Büros national und international zu verbinden (88 Prozent).

### Video-Anwendungen in vertikalen Märkten

38 Prozent nutzen Video als Kommunikations-Tool bei flexiblen Arbeitsmodellen, jeweils 32 Prozent für die Erschließung von Neugeschäft und in der Produktentwicklung sowie jeweils 24 Prozent für die Aus- und Weiterbildungen und das Recruiting. Darüber hinaus bieten aber weitere Anwendungsmöglichkeiten großes Potenzial, die Geschäftsprozesse zu verbessern.

Dazu gehören beispielsweise kürzere Produktentwicklungszeiten für schnellere Markteinführungen, weil sich die Mitarbeiter der Entwicklungsabteilungen an verschiedenen Standorten effizienter austauschen können, verbesserte Kundenservices, ein besseres Management von Krisen oder Notfallsituationen oder schnellere Entscheidungsfindungen. Hier einige Beispiele:

➤ Die Vaillant Gruppe, der zweitgrößte europäische Hersteller im Bereich Heiztechnik, nutzt Videolösungen von Polycom, um eine schnelle Entscheidungsfindung zwischen den welt- und europaweit verstreuten Niederlassun-

gen zu ermöglichen und gleichzeitig den unternehmensweiten CO<sub>2</sub>-Ausstoß zu reduzieren.

- Das Cumbria and Lancashire Cardiac and Stroke Network (CSNLC) in England verbindet Herzinfarkt-Patienten unmittelbar nach dem Infarkt über Video mit entfernten Spezialisten, damit diese schnellstmöglich die richtige Diagnose und Behandlung erhalten.
- Gabor Shoes, ein führender Anbieter hochwertiger Damenschuhe, verkürzt über Video die Produktentwicklungszeiten und gestaltet die Zusammenarbeit effizienter. Die Content-Sharing-Funktion ermöglicht es Mitarbeitern an unterschiedlichen Standorten, sich über verschiedene Entwürfe und Modelle direkt auszutauschen und dabei das jeweilige Objekt gemeinsam zu sehen.
- Das Niedersächsische Internatsgymnasium Esens (NIGE) ermöglicht über 150 Schülerinnen und Schülern auf sieben ostfriesischen Inseln über Video die Teilnahme am Unterricht auf Gymnasialniveau, ohne dass diese in das Internat auf dem Festland wechseln müssen.

### Erfolgreiche Videokonferenzen: Dos & Don'ts

Damit die Videokommunikation erfolgreich ist und die Vorteile auch tatsächlich zum Tragen kommen, müssen bestimmte Kriterien erfüllt werden. Laut der Polycom-Studie sind sich die deutschen Entscheider und ihre Kollegen in anderen Ländern einig über

Immer öfter kommen bei Videokonferenzen auch Tablets zum Einsatz.

### STATEMENT



Tobias Enders ■ Geschäftsführer von GMS Global Media Services

### Digital Signage auf dem Vormarsch?

„Ob an der Bushaltestelle, in Geschäften oder auf öffentlichen Plätzen – Digital Signage ist in unserem Alltag angekommen. Immer mehr Unternehmen erkennen den großen Nutzen der virtuellen Litfasssäule. Sie bietet nicht nur einen einfachen Weg, relevante Zielgruppen noch besser zu erreichen. Auch unternehmensintern gibt es zahlreiche Einsatzfelder für die aktiven Tafeln: Sie zeigen etwa den aktuellen Produktionsstatus an oder informieren die Mitarbeiter über wichtige Ereignisse, neue Regelungen oder den Speiseplan der Kantine. Besonders praktisch: Die Darstellung der Informationen erlaubt unterschiedliche audiovisuelle Formate wie Videomaterial, Bilder, Texte und Tonspuren.“

Neben der hohen Flexibilität zählt vor allem der kostengünstige Betrieb, die weltweite Vernetzung in Echtzeit und ein hoher Aufmerksamkeitsgrad bei den Empfängern zu den Stärken von Digital Signage. Dank dieser Vorzüge und der umfangreichen Einsatzgebiete wächst der Markt kontinuierlich. Dieser bietet inzwischen sogar Komplettlösungen an, die Hardware, Software und Services umfassen. Sie sind besonders dann zu empfehlen, wenn eine schnelle und unkomplizierte Inbetriebnahme gewünscht ist und wenige Ressourcen für Recherchen oder Produkttests vorhanden sind.“

## STATEMENT



**David van den Berg** ■  
Regional Vice President bei Vidyo  
für die Region DACH, die BeNeLux-  
Staaten und Polen

### Mehr als ein praktisches Meeting-Tool

„Spricht man von Videokonferenzen, denken die meisten an Geschäftsleute, die darüber miteinander kommunizieren. In der Tat ist das eines der wichtigsten Einsatzfelder – und durch die sinkenden Kosten und die steigende Qualität sind Videokonferenzlösungen auf dem besten Weg, sich einen festen Platz unter den Standard-Kommunikationstools zu sichern. Doch die Vorteile der Technologie gehen über den wirtschaftlichen Nutzen weit hinaus. Das zeigen zwei Anwendungen aus den Bereichen Forschung und Medizin.“

Ein prominentes Beispiel für internationale Zusammenarbeit von Forschungsteams über Videokonferenz bietet das CERN, die Europäische Organisation für Kernforschung. Mehr als 20 000 Wissenschaftler an mehr als 600 Universitäten in 113 Ländern treffen sich per Video, um gemeinsam zu forschen. Dabei ist es möglich, in einer Konferenz mehrere Hundert Teilnehmer zusammenzubringen.

Auch im Gesundheitswesen haben sich inzwischen einige Telemedizin-Services auf Videokonferenz-Basis etabliert. Darunter die amerikanische Gesundheitsplattform Reach. Fachärzte werden per Videokonferenz innerhalb weniger Minuten zurate gezogen, etwa wenn in einer Klinik die erforderlichen Spezialisten nicht vor Ort sind. So werden aus diesen und weiteren Branchen Videokonferenzen bald nicht mehr wegzudenken sein.“



**Videokonferenz to go: Smartphones ermöglichen den Austausch auch außerhalb des Büros.**

die wichtigsten Voraussetzung für ein ideales Video Meeting: Entscheidend ist die Audioqualität beziehungsweise die Möglichkeit, jeden Teilnehmer gut zu verstehen. Das sagen 58 Prozent der Befragten in Deutschland und 69 Prozent weltweit.

Außerdem ist es wichtig, dass die Technologie einfach und anwenderfreundlich ist – der Meinung sind 45 Prozent in Deutschland sowie 60 Prozent weltweit. Guter Blickkontakt mit den Kollegen und die gute Sichtbarkeit jedes Teilnehmers ist ebenso relevant nach Angaben von 47 Prozent der Befragten in Deutschland und 58 Prozent weltweit.

Doch was stört während eines Video-Meetings am meisten? Ganz oben auf der Liste der unerwünschten Störungen in Deutschland stehen das Klingeln eines Mobiltelefons sowie Ablenkungen im Hintergrund wie beispielsweise durch andere Kollegen, Musik, Geräusche etc. (das sagen 56 beziehungsweise 50 Prozent). Die Befragten aus Polen (69 Prozent) und Brasilien (71 Prozent) empfinden es als sehr störend, wenn Teilnehmer sich von unpassenden Orten aus in das Video Meeting einwählen, beispielsweise aus öffentlichen Verkehrsmitteln oder Geschäften, während in Deutschland 44 Prozent der Befragten dieser Meinung sind.

In Indien und Singapur stört es die Befragten am meisten, wenn Teilnehmer eines Video-Meetings mit anderen Dingen beschäftigt sind oder abgelenkt

wirken – beispielsweise durch paralleles Tippen auf einer Tastatur (64 und 54 Prozent im Gegensatz zu 52 Prozent in Deutschland). Auf die Frage, ob es stört, wenn Teilnehmer einer Videokonferenz keine Business-Kleidung tragen, führen Singapur, Polen und Indien bei den Antworten mit Ja (26, 23 und 29 Prozent). Am anderen Ende der Liste bewegen sich hier Deutschland mit 15 Prozent sowie 13 Prozent der Befragten in Großbritannien, neun Prozent in Russland und 13 Prozent in den Niederlanden.

### Leitfaden zur Video-Etikette

69 Prozent der Deutschen und sogar 89 Prozent der Befragten weltweit meinen, dass Unternehmen und Organisationen Etikette-Regeln für Video-Meetings festlegen sollten. Um sie dabei zu unterstützen, hat Polycom einen „Guide to Collaborating Across Borders“ erarbeitet – einen aufschlussreichen Leitfaden, der dessen Lesern dabei helfen soll, die Besonderheiten des Geschäftslebens weltweit zu verstehen und Video effizienter einzusetzen. Der Guide steht auf [www.polycom.de](http://www.polycom.de) zum Download bereit.

[ rm ]

# NEU

# GET PROFESSIONAL!



## PC Magazin PROFESSIONAL

- wendet sich an IT-Profis mit allerhöchsten Ansprüchen
- behandelt Themen aus dem beruflichen und privaten IT-Umfeld
- testet für Sie Profi-Geräte und -Software
- erklärt Hintergründe moderner Computertechnologien und Techniktrends
- steht für mehr Information, mehr Technologie und mehr Praxis

## KLEIN ABER FEIN...

Das **Arduino Uno** ist ein Mikrocontroller-Board basierend auf einem ATmega328. Es enthält alles Nötige zum Start; man kann es einfach mit einem USB-Kabel mit dem PC verbinden oder über ein Netzteil/Akku betreiben.

### Technische Daten:

- Microcontroller ATmega328
- Operating Voltage 5V
- Input Voltage (recommended) 7-12V
- Input Voltage (limits) 6-20V
- Digital I/O Pins 14 (of which 6 provide PWM output)
- Analog Input Pins 6
- DC Current per I/O Pin 40 mA
- DC Current for 3.3V Pin 50 mA
- Flash Memory 32 KB of which 0.5 KB used by bootloader
- SRAM 2 KB
- EEPROM 1 KB
- Clock Speed 16 MHz



# IHRE PRÄMIE!

EINFACH ONLINE BESTELLEN UNTER  
**[www.pcmagazin.de/abo](http://www.pcmagazin.de/abo)**





# Mensch vor Technik



Helligkeit, Farbe, Größe, Höhe, Geräusche und Ausgasungen – **rund um den Bildschirm am Computerarbeitsplatz** gibt es fast nichts, was nicht normiert ist. Doch sind die Bildschirmarbeitsverordnung und die Ergonomie-Richtlinie im digitalen Zeitalter noch zeitgemäß? Wenn Unternehmen ihre PC-Arbeitsplätze ergonomisch gestalten wollen, müssen sie über das dort Geforderte hinausdenken. Ein Blick über den Tellerrand gesetzlicher Vorschriften und berufsgenossenschaftlicher Regularien.

Horst Strobender

**D**ie meisten Arbeitnehmer sitzen täglich sechs Stunden und mehr am PC. Eine ungesunde Körperhaltung über eine solch lange Zeitdauer hinweg kann zu schweren dauerhaften Haltungs- und Rückenschäden führen. Um das zu vermeiden und ihre Mitarbeiter vor gesundheitlichen Schäden zu schützen, sind Arbeitgeber dazu verpflichtet, Bildschirmarbeitsplätze nach ganz bestimmten Richtlinien zu gestalten.

Diese Einsicht ist nicht neu: Der Ursprung der Bildschirmarbeitsverordnung geht bis in die frühen 1990er-Jahre zurück. Damals war das Arbeiten mit dem PC noch relativ neu, betraf einen geringeren Prozentsatz der Bevölkerung und erstreckte sich meist über eine kürzere Zeitdauer als heute. Dennoch war klar: Der PC würde das Arbeitsleben komplett verändern.

Mit dem noch unbekannten Phänomen hielten einige Befürchtungen Einzug. Wie würde sich das Arbeiten vor dem Bildschirm zum Beispiel auf die Sehfähigkeit auswirken? Ein besonderer Arbeitsschutz sollte die notwendigen Vorsichtsmaßnahmen zusammenfassen. Am 29. Mai 1990 trat die Bildschirmarbeitsverordnung als Bestandteil der EG-Richtlinie 90/270/EWG in Kraft.

### Die Bildschirmarbeitsverordnung

Das Regelwerk besteht aus 17 Teilen, die den Computerarbeitsplatz vermessen und definieren – von der Maus bis zum Teppichboden. Die wenigsten Vorschriften betreffen dabei den Bildschirm. Einige der wichtigsten Regelungen beziehen sich auf die Lesbarkeit und die Farbdarstellungsgüte, auf Reflexionen und Verspiegelungen.

Ein Punkt der Bildschirmarbeitsverordnung (zu finden unter [www.gesetze-im-internet.de/bildscharbv](http://www.gesetze-im-internet.de/bildscharbv)) schreibt beispielsweise vor, dass „die auf dem Bildschirm dargestellten Zeichen (...) scharf, deutlich und ausreichend groß sein sowie einen angemessenen Zeichen- und Zeilenabstand haben“ müssen. Ein weiterer Punkt definiert, dass der „Bildschirm (...) frei von störenden Reflexionen und Blendungen sein“ muss.

Auch Themen wie die Höhenverstellbarkeit, der Neigungswinkel und Strahlungsarmut spielen eine Rolle. So lautet etwa der nachfolgende Punkt: „Das Bildschirmgerät muss frei und leicht drehbar und neigbar sein.“

So weit, so gut. Allerdings wird in der Praxis weder die Einhaltung dieser Vorschriften wirklich sanktioniert noch sind sie aus heutiger Sicht alle sinnvoll, aktuell und vollständig.

### Relikte aus grauer Vorzeit

Dass sich einige Regeln längst überholt haben, demonstriert das Beispiel des Neigungswinkels: Laut Bildschirmarbeitsverordnung muss ein Monitor um 20 Grad nach hinten (plus) und um fünf Grad nach vorne (minus) neigbar sein. Der historische Hintergrund: Die Ergonomie-Richtlinie basiert auf dem typischen PC-Arbeitsplatz der frühen 90er-Jahre. Hauptbestandteil des Arbeitsplatzes war ein Desktop-PC, der auf dem Tisch stand und auf dem ein 14 Zoll (35,6 cm) großer Kathodenstrahl-Monitor aufgestellt war.

Kleinere Mitarbeiter mussten den Bildschirm nach vorne neigen können, wenn sie nicht permanent den Kopf leicht in den Nacken legen und eine Nackenstarre riskieren wollten. Heute sind die in Unternehmen eingesetzten Bildschirme allerdings meist 22 oder 24 Zoll (55,9 beziehungsweise 61 cm) groß oder gar noch größer. War bis vor wenigen Jahren die Erkenntnis aktuell, dass der obere Bildschirmrand auf Blickhöhe abschließen sollte, so ist heute bekannt, dass eine Sitzhaltung mit leicht nach vorne geneigtem Kopf ideal ist. Daher sollte man in normaler Sitzposition etwa eine Handbreite über den oberen Bildschirmrand hinwegschauen.

In dieser Position ist ein Tilt Angle nach vorne völlig irrelevant. Diese Anforderung hat sich also längst überholt. Ähnliches gilt für die Swivel-Funktion, also die Schwenkbarkeit nach links und rechts. Die schweren Systeme von damals brauchten einen entsprechenden Mechanismus. Die leichtgewichtigen LCD-Monitore der heutigen Zeit lassen sich hingegen auch ohne eine solche Vorrichtung positionieren.

### Moderne Farbenlehre

Ein weiteres Beispiel, das sich im Lauf der Jahre relativiert hat, ist die Farbe der Monitore: Vor rund 20 Jahren, als die Vorschriften in der Bildschirmarbeitsverordnung festgezurrt wurden, hat man kleinere Bildschirme eingesetzt. Die meisten Kathodenstrahl-Monitore hatten Bildschirmdiagonalen von 14 oder 15 Zoll (35,6 beziehungsweise

### DER AUTOR



**Horst Strobender** ■  
Senior Product Manager IT Display  
bei der Samsung Electronics GmbH



Die Röhrenbildschirme, auf die sich die Arbeitsverordnung bezieht, sind längst aus den Büros verschwunden.



38,1 cm). Anders als heute waren aber die Kunststoffrahmen relativ breit.

Damit bei der empfohlenen Positivdarstellung – schwarze Schrift auf weißem Grund – ein dunkler Bildschirmrand nicht zum hellen Monitorgrund und zur meist weißen Tapete im krassen Kontrast stand, waren schwarze Monitore nicht erlaubt. Der Grund: Die permanente Adaptionsarbeit, die die Augen leisten mussten, beeinträchtigte die Konzentrationsfähigkeit und sollte vermieden werden.

Grau war daher die Farbe, die als besonders ergonomisch galt. Mittler-

weile sind allerdings die Frontrahmen so schmal und die Bildschirmflächen so groß, dass die Augen die dunklen Rahmen kaum mehr wahrnehmen und nicht mehr ständig zwischen hell und dunkel umschalten müssen. Daher sind schwarze Monitore heute erlaubt und gang und gäbe.

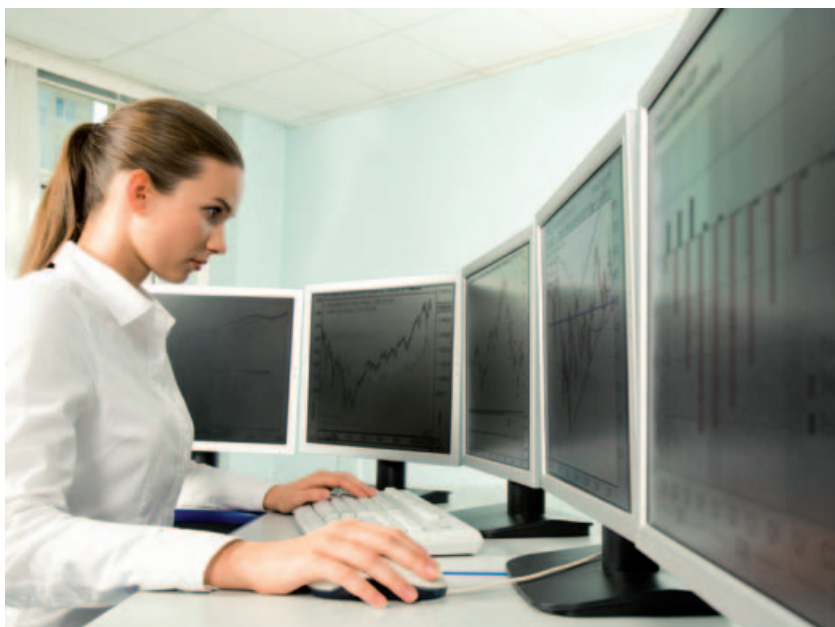
#### Die Perspektive der Nutzer

Eine besondere Herausforderung für die Ergonomie am Arbeitsplatz stellen Mobilgeräte wie Notebooks und Tablets dar, die den Berufsalltag mit rasantem Tempo erobern und zuneh-

Mobilgeräte stellen eine besondere Herausforderung für die Ergonomie am Arbeitsplatz dar.







Der Effizienz- und Produktivitätsgewinn, den Mitarbeiter durch ein Multi-Monitor-Setup erzielen, ist enorm.



ment verändern. Sie verfügen zwar über eigene Displays, die allerdings meist deutlich kleiner als 22 oder 24 Zoll sind. Zudem sind Tastatur und Bildschirm bei Notebooks meist fest miteinander verbunden und können nicht unabhängig voneinander positioniert werden.

Da dies ergonomische Nachteile mit sich bringt, ist die Benutzung mobiler Arbeitsgeräte nur für wenige Stunden erlaubt. Ohne externe Bildschirme und Eingabegeräte sind sie am Arbeitsplatz nicht zugelassen. Auch bei Tablets, die nicht immer nur im mobilen Einsatz benutzt werden, tragen externe Monitore und Eingabegeräte zu einer bequemen Arbeitshaltung bei.

### Am Puls der Zeit

Es gibt zahlreiche Vorschriften, die sich nicht an der aktuellen Situation moderner Büroarbeiter in Unternehmen orientieren. Denn nicht nur die Arbeitsbedingungen, auch die technische Ausstattung hat sich seit den 90er-Jahren grundlegend verändert. Was zum Beispiel vor einigen Jahren nur Broker an der Börse oder Grafiker hatten, ist heute in vielen Büros üblich: mehrere Monitore, auf denen die zahlreichen Fenster, Anwendungen und Dateien, die ständig im Blick behalten werden müssen, verteilt werden.

Die Effizienzsteigerung, die Mitarbeiter durch ein solches Multi-Monitor-Setup erzielen, ist enorm. Das hat das Fraunhofer Institut für Arbeitswirtschaft und

Organisation bereits 2009 durch eine Labor-Studie belegt: Eine mit drei Monitoren ausgestattete Testgruppe erreichte eine um 35,5 Prozent höhere Produktivität bei der Lösung der Testaufgaben als die Gruppe mit nur einem Bildschirm. Davon abgesehen waren die Mitarbeiter mit dem Drei-Bildschirm-Arbeitsplatz auch zufriedener.

Das zeigt: Es gibt zahlreiche Aspekte, die im Bereich der Monitore an Bedeutung gewonnen haben. Selbst Einstiegsmodelle erfüllen die Anforderungen der Bildschirmarbeitsverordnung meist spielend. Daher ist es wichtig, dass sich Unternehmen umfassend informieren und für die Ausstattung ihrer Büros aktuelle Erkenntnisse berücksichtigen, die über das hinausgehen, was formal vorgegeben ist. Schließlich trägt ein optimal eingerichteter Arbeitsplatz entscheidend zum Wohl und zur Gesundheit der Mitarbeiter bei.

[ rm ]



Die technische Ausstattung am Arbeitsplatz hat sich seit den 90er-Jahren grundlegend verändert.





# Verkaufen mit Gefühl

Weil die Emotionen bei jeder Kaufentscheidung eine Rolle spielen, gehen viele Unternehmen dazu über, ihre Prozesse und Abläufe der gesamten Wertschöpfungskette entlang zu emotionalisieren. Häufig jedoch **wird diese emotionale Ausrichtung nicht am „Touch Point“ gelebt.** Wie lässt sich das ändern?

Helmut Seßler



**D**er Kopf denkt, der Bauch lenkt: Dieser von der Hirnforschung nachgewiesene Zusammenhang zwischen Rationalität und Emotionalität verlangt von Verkäufern, ihre Kundengespräche zu emotionalisieren. Die Erwartung: Ein Verkäufer erkennt das bevorzugte Emotionssystem des Kunden und weiß, wie er „tickt“.

Beim Gesprächspartner mit bevorzugtem Dominanz-System etwa arbeitet der Verkäufer mit beweis- und belegbaren Zahlen, Daten und Fakten. Er überlässt ihm zum Teil die Gesprächsführung und hält sich nicht lange beim Beziehungsaufbau auf. Den Kunden mit bevorzugtem Balance-Unterstützer-System hingegen gewinnt der Verkäufer, indem er ein persönliches Vertrauensverhältnis zu ihm aufbaut.

## Den Kunden besser verstehen

All dies ist schnell gefordert – zuweilen jedoch mangelt es an der Umsetzung am Touch Point. Ein Grund: Viele Verkäufer fallen in das alte Verhaltensmuster zurück; die verkäuferischen Verhaltensweisen orientieren sich an dem konservativen Paradigma: „Meine Hauptaufgabe besteht darin, besser zu verkaufen“.

Der neue gehirngerechte kategorische Imperativ des kundenorientierten Verkaufens lautet jedoch: „Meine Hauptaufgabe besteht darin, den Kunden besser zu verstehen und ihn in jeder Phase des

Kundenkontakts so zu behandeln, wie er behandelt werden möchte.“

Gelingt dies, weil der Verkäufer erkennt, wie der Kunde emotional tickt, um schließlich sein weiteres Vorgehen konsequent darauf abzustimmen, ist der Abschluss (meistens) die logische Folge. Zumindest bleiben Verkäufer und Unternehmen dem Kunden in positiver Erinnerung. Und das ist für die weitere Entwicklung der Kundenbeziehung nicht die schlechteste Konsequenz.

## Neuer kategorischer Verkaufsimperativ

Es genügt nicht, den Verkäufern und Mitarbeitern, die im regelmäßigen Kundenkontakt stehen, mitzuteilen, sie mögen sich doch bitte schön vom alten Paradigma (besser verkaufen) von heute auf morgen verabschieden und den neuen kategorischen Verkaufsimperativ (NKVI) mit Leben füllen. Vielmehr gilt: Wer will, dass die „Emotionalisierung der Kundenbeziehungen“ zur Seele des Unternehmens, zur handlungsanleitenden Maxime für alle Führungskräfte und Mitarbeiter wird, und wer will, dass alle Unternehmensprozesse und -abläufe vom NKVI durchdrungen werden, muss mehrere Stufen weiter oben ansetzen.

Konkret: Der NKVI sollte in der Unternehmensphilosophie einer Firma verankert werden. Die Notwendigkeit, den Kunden besser zu verstehen und seine





> Wenn der Kunde „Dampf ablässt“, heißt es kühlen Kopf bewahren und immer sachlich bleiben.



emotionale Verfasstheit zur Grundlage des verkäuferischen Handelns zu erheben, muss sich in den Unternehmensleitlinien und Firmengrundsätzen widerspiegeln. Wie kann dies gelingen?

### Strategischen Leitsatz formulieren

Es ist die Aufgabe des Managements, den NKVI umsetzungs- und praxisorientiert in einen griffigen strategischen Leitsatz zu gießen. Dieser wird – unter Beteiligung einiger Führungskräfte und Mitarbeiter aus allen Bereichen – in moderierten Workshops erarbeitet. Das Ergebnis könnte lauten: „Als mittelständisches Unternehmen der xy-Branche begeistern und überzeugen wir unsere Kunden durch Topqualität, Serviceorientierung und ein tiefes Kundenverständnis. Wir verstehen die Kunden immer besser, indem wir ihr jeweiliges Emotionssystem erkennen und die gesamten Kundenkontaktpunkte darauf ausrichten.“

Danach leiten Arbeitsgruppen für alle Bereiche und Abteilungen aus dem strategischen Leitsatz handfeste Zielvereinbarungen ab. Am Ende des Prozesses stehen konkrete Hinweise für die Führungskräfte und Mitarbeiter, ja für alle Mitglieder der Firma, mithilfe welcher Aktionen und Maßnahmen sich der strategische Leitsatz umsetzen lässt. Diese Hinweise und Leitlinien werden von den zuständigen Arbeitsgruppen detailliert und so greifbar wie möglich beschrieben – und zwar bezogen auf jeden einzelnen Unternehmensprozess.

### Kundentyporientierte Reklamationsgespräche führen

Nehmen wir als Beispiel den Unternehmensprozess „Reklamationen“ – hier

sind Gefühle Tatsachen, hier spielen die Emotionen naturgemäß die erste Geige:

- > Den dominanten Kunden bringt der Verkäufer zum Reden, indem er ihn bittet, ausführlich darzustellen, worin der Grund für die Reklamation besteht. Der Kunde kann „Dampf ablassen“. Der Verkäufer formuliert kurz und direkt und stellt das Ergebnis sowie die Effektivität des Reklamationsprozesses in den Vordergrund. Er kommt dem Dominanzstreben des Kunden entgegen und erhält Informationen, denen er auf der Sachebene begegnet.
- > Beim Balance-Unterstützer-Kunden ist es vor allem wichtig, Verständnis zu zeigen und trotz der schwierigen Reklamationssituation die Beziehung zu stärken. Der Verkäufer offeriert einen „Full-Service“ und ein „Alles aus einer Hand“-Angebot. Er zeigt Empathie, spricht freundlich und offen, tauscht mit dem Kunden zwanglos Ideen aus und stellt auf der Beziehungsebene eine Wellenlänge her.
- > Beim stimulanzegeprägten Kunden agiert der Verkäufer entspannt und baut Animationen, Bilder und Videos in seine Reklamationsbehandlung ein. Er vermeidet ausschweifende und langweilige Erklärungen, ist kreativ und fantasievoll, erzählt Geschichten von gelungenen Beschwerdesituationen und ist „locker drauf“.
- > Auch für den Balance-Bewahrer-Kunden gibt es eine Reklamationsstrategie: Der Verkäufer zeigt ihm Tabellen, Zertifikate, ISO-Normen, Testergebnisse, Diplome und Untersuchungen. Er muss seine Aussagen zum Beschwer-



**Zuhören, Verständnis zeigen und Empathie sind das A und O im Kundengespräch.**



defall auf jeden Fall belegen. Zudem tut er alles, um dem Kunden ein Gefühl der Sicherheit zu geben.

### **Emotionalisierung im technischen Vertrieb**

Solche Maßnahmen und Aktionen sollten für alle Prozesse formuliert werden – gerade auch für Bereiche, in denen dies auf den ersten Blick kaum möglich zu sein scheint, etwa im technischen Vertrieb. Die technischen Vertriebsmitarbeiter sind oft Ingenieure und aufgrund ihrer technischen und methodischen Ausbildung vor allem top-ausgebildete Fachexperten. Ihnen fällt es oft besonders schwer, Kunden emotional anzusprechen.

Ein erster Schritt in die richtige emotionale Richtung ist, den technischen Verkäufern zu verdeutlichen, dass auch ihre Kunden ihre Kaufentscheidungen weniger von den Produktinformationen abhängig machen, sondern sie aus emotionalen Gründen treffen.

Der im strategischen Leitsatz niedergelegte neue kategorische Verkaufsimperativ hat überdies Auswirkungen auf die Führungsarbeit: Eine Führungskraft identifiziert das bevorzugte Emotionssystem ihrer Mitarbeiter und richtet ihre Aktivitäten entsprechend aus.

### **Mitarbeiter emotional führen**

Wenn es um einen komplexen Veränderungsprozess in der Vertriebsabteilung geht, zeigt der Vertriebsleiter dem dynamisch-dominanten Mitarbeiter auf, dass ihm die Neuorganisation der Vertriebsabteilung die Chance bietet, seinen Verantwortungsbereich zu vergrößern. Der Balance-Unterstützer-Typ lässt

sich motivieren, indem der Chef betont, dass sich die Aufgabe nur lösen lässt, wenn alle an einem Strang ziehen und eine Win-Win-Situation angestrebt wird.

Beim sicherheitsorientierten Balance-Bewahrer-Verkäufer erfolgt der Motivationsanreiz dadurch, dass der erfolgreiche Veränderungsprozess die wirtschaftliche Stabilität des Unternehmens und die Arbeitsplatzsicherheit gewährleistet. Bleibt der Stimulanz-Mitarbeiter: Der Vertriebsleiter argumentiert, wie abwechslungsreich und innovativ der Veränderungsprozess ablaufen wird – und holt so auch diesen Verkäufer ins Veränderungsboot.

### **Neue Kompetenzen aufbauen**

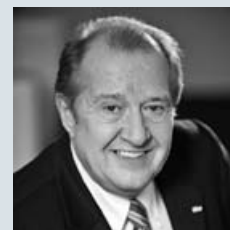
Hilfreich ist es zudem, das eigene Persönlichkeitsprofil zu kennen. Dies gilt für Führungskräfte und Mitarbeiter, für Vertriebsleiter und Verkäufer. Wenn etwa der dominante Verkäufer und der beziehungsorientierte Kunde mit ihren unterschiedlichen Emotionssystemen aufeinanderprallen, droht das berühmte Aneinandervorbeireden.

Verkäufer, die um ihr bevorzugtes Emotionssystem wissen, sind eher fähig, in die Welt des Kunden einzutauschen. Und Führungskräfte können strikt mitarbeiterindividuell agieren. Übrigens: Unter [www.intem.de/schnelltest](http://www.intem.de/schnelltest) findet sich ein Test, mit dem sich das bevorzugte Emotionssystem feststellen lässt.

Wichtig ist überdies: Die Umsetzung des NKVI setzt voraus, dass alle Unternehmensmitglieder emotionsorientierte Kompetenzen aufbauen. Nur dann kann die Emotionalisierung der Kundenkontakte und der Mitarbeiterführung gelingen.

[ rm ]

### **DER AUTOR**



**Helmut Seßler** ■

Experte für emotionales Verkaufen sowie Gründer und geschäftsführender Gesellschafter der INtem-Gruppe ([www.intem.de](http://www.intem.de)), Mannheim. Sein Buch „Limbic Sales. Spitzenverkäufe durch Emotionen“ ist bei Haufe 2013 in der zweiten Auflage erschienen.



# Unternehmer oder Manager?

„Wir brauchen unternehmerisch denkende und handelnde Mitarbeiter“ – das betonen fast alle Unternehmen. Doch **können gute Manager zugleich gute Unternehmer – und umgekehrt – sein?** Und verderben zu viele Köche, sprich Unternehmer im Unternehmen, nicht den Brei?

Ignaz Furger



**A**lle reden von ihm und alle wünschen sich ihn. Zudem fehlt er in keinem anspruchsvollen Inserat, und er wird in den meisten Firmenvisionen heraufbeschworen: Überall ist vom unternehmerisch denkenden und handelnden Mitarbeiter die Rede – oder kurz: vom Unternehmer im Unternehmen. Doch was passiert, wenn ein Mitarbeiter die Aufforderung wörtlich nimmt, sich engagiert und Risiken eingeht oder gar bei der Unternehmensstrategie mitreden möchte? Dann werden ihm rasch Grenzen gesetzt, und er wird von der Geschäftsführung oder vom Vorstand zurückgepfiffen.

Zwischen Unternehmern und Managern besteht in der Tat ein systemischer Unterschied. Der klassische Unternehmer ist auf sich gestellt. Er trägt die Verantwortung und Risiken für sein Unternehmen und sein Handeln. Und er verfügt in der Regel aufgrund seines Naturells über besondere Voraussetzungen: Er weiß, was zu tun ist. Ein Unternehmer braucht keine Beratung. Firmen wie Siemens und Bosch wurden in der ersten Generation auch ohne Beratungsbudgets groß.

Im Unterschied dazu ist der Manager in erster Linie ein Angestellter. Er bezieht jeden Monat seinen Lohn. Er trägt das Risiko für seinen eigenen Marktwert, nie aber die volle Verantwortung für die Risiken, die er für das Unternehmen eingeht.

### Manager-Angestellter oder Unternehmer-Angestellter?

Was ist angesichts dieses Befunds vom Unternehmertum im Unternehmen zu halten? Alles nur Wunschdenken, ein Thema für theoretische Abhandlungen, ein Hirngespinnst? Um diese Fragen zu beantworten, ist es sinnvoll, den 1985 erschienenen Klassiker „Innovation and Entrepreneurship“ von Peter F. Drucker wieder einmal hervorzuholen und zurate zu ziehen. In ihm legt der US-amerikanische Managementvordenker sein Konzept des unternehmerischen Mitarbeiters dar – in seiner typischen Art, praktisch und verständlich. Und auch heute noch, fast 30 Jahre später, sind seine Überlegungen relevant und aktuell.

Drucker unterscheidet den Manager-Angestellten vom Unternehmer-Angestellten mit folgendem typologischen Ansatz:

- Ein Manager befasst sich mit dem Bestehenden. Er verbessert und optimiert. Das gilt für die Produkte, die Prozesse, die Beziehungen, die Organisation. Dabei wirkt er durchaus nicht nur als „passiver“ Verwalter. Er ist aktiv, verantwortungsvoll und initiativ – aber immer im Rahmen des gegebenen Geschäfts.
- Ein Unternehmer betreibt das, was Schumpeter „die kreative Zerstörung“ nannte. Er stellt alles dauernd infrage, macht den Grüne-Wiese-Ansatz und kennt das Argument „bisher hat man es immer so gemacht“ nicht. Er stellt das bestehende Geschäftsmodell auf den Kopf und kennt keine Tabus. Er passt auch nicht in Routinearbeiten. Sobald etwas funktioniert, verliert er das Interesse und sucht neue Herausforderungen. Er kreiert neue Produkte und Geschäfte und fühlt sich in einem Start-up wohler als in der Buchhaltung.

### Unternehmen brauchen Manager und Entrepreneure

Druckers Definition des Entrepreneurs sprengt die gängige Vorstellung vom Unternehmer, der selbstständig ein kleines Geschäft führt. Entrepreneurship macht Drucker auch in großen etablierten Unternehmen und im öffentlichen Verwaltungsbereich aus. „Größe“ ist für ihn kein Hindernis für unternehmerisches und innovatives Denken und Handeln.

Für Drucker macht zudem nicht eine „unternehmerische Persönlichkeit“ mit einem „Hang zur Risikofreude“ den Entrepreneur aus, sondern seine Haltung. Für den Entrepreneur ist Veränderung und nicht der Status quo das Normale. Im Wandel sieht er stets die Chance für Innovationen. Und: Jeder fähige Manager kann auch als Entrepreneur wirken.

Drucker geht es nicht darum, Unternehmer gegen Manager auszuspielen. Im Gegenteil: Die beiden Funktionen ergänzen sich zwingend. Ein Unternehmen, das nur Manager hat, verändert sich zu wenig, verpasst neue Technologiesprünge oder Umwälzungen im Kundenverhalten. Ein Betrieb mit lauter Unternehmern dagegen bringt es auf keinen grünen Zweig, weil immer etwas Neues versucht wird und Managementkenntnisse fehlen. Nur die richtige Kombination von Managern und Unternehmern garantiert den Erfolg.



**Nicht der Hang zur Risikofreude macht den Entrepreneur aus, sondern seine Haltung.**

### DER AUTOR



**Ignaz Furger** ■

Inhaber des Beratungsunternehmens Furger und Partner AG Strategieentwicklung, Zürich ([www.furger-partner.com](http://www.furger-partner.com)), und Anbieter des Programms „Das praktische Strategieseminar“, in dem Mitarbeiter von Unternehmen im strategischen Denken und Handeln trainiert werden.

> **Mitarbeiter haben unterschiedliche Fähigkeiten. Entscheidend ist daher zu evaluieren, wer wo am besten eingesetzt wird.**



Auf Basis dieser Erkenntnis entwickelte Drucker sein Konzept des „Entrepreneurial Managements“. So wie der Manager mit Methoden und Tools arbeitet, soll auch der Entrepreneur systematisch vorgehen und dabei bewährte Prinzipien und Methoden anwenden.

### **Entrepreneurial Management**

Entrepreneurial Management bedeutet demnach, systematisch Innovation zu betreiben. Drucker macht deutlich, dass Innovationen nur selten spontan aus genialen Ideen hervorgehen. Sie beruhen zu über 90 Prozent auf gezielter, organisierter Innovationsarbeit. Diese Innovationsarbeit ist gewissen Prinzipien verpflichtet. Dabei gilt es insbesondere Anzeichen und Symptome des Wandels aufzuspüren, die auf günstige Neuerungskancen hinweisen, und diese zu analysieren (siehe Kasten).

Für Drucker ist „unternehmerisches Management“ also einerseits eine Disziplin, die spezifische Konzepte und Methoden anwendet und sich erlernen lässt. Andererseits erfordert Entrepreneurial Management, dass die organi-

satorischen Voraussetzungen für erfolgreiche Innovationsarbeit geschaffen werden. Und die Unternehmensleitung? Sie hat dafür zu sorgen, dass ein Betrieb für Innovation offen und empfänglich ist und muss dazu die notwendigen Strukturen sowie Anreiz-, Kontroll- und Steuerungsinstrumente schaffen.

### **Konsequenzen für die Unternehmensführung**

Für die Betriebsführung bedeutet Druckers Konzept des Entrepreneurial Managements vor allem eines: Innovationsmanagement ist im Unternehmen als Handwerk zu etablieren, damit Innovation auch praktisch realisierbar wird. Das hat weitreichende Konsequenzen für die meisten Dimensionen der Unternehmensführung. Die vier wichtigsten werden hier kurz erläutert:

**Strategieentwicklung:** In der Ausgangslage muss klar aufgezeigt werden, wie viel Wachstum das bestehende Geschäft hergibt, um danach den strategischen „Gap“ zu bestimmen. Diese Lücke ist durch Innovationen zu füllen. Zum

## **Prinzipien und Methoden des Entrepreneurial Managements**

- ▶ **Unternehmerische Prinzipien:** Die Organisation soll gegenüber Innovation eine positive Einstellung erhalten, Innovation muss attraktiv sein: systematische Politik, Überholtes aufzugeben; Lebenszyklusanalyse bestehender Produkte; Definition notwendiger Innovation von Geschäftsfeldern; Erstellen einer „unternehmerischen Roadmap“.
- ▶ **Unternehmerische Managementpraktiken:** Fokus muss nicht auf „Problemen“ liegen, sondern darauf, Chancen zu entdecken; Unternehmergeist ist im gesamten Unternehmen zu fördern; Besprechungen zwischen Spitzenteams und Nachwuchsmanagern.
- ▶ **Maßstäbe für Innovationsleistung:** Die unternehmerische Leistung des Unternehmens muss systematisch eingeschätzt werden; Ver-

gleich zwischen Ergebnissen und Erwartungen; Entwicklung eines systematischen Kontrollsystems für alle Innovationsbestrebungen; Beurteilung der Gesamtinnovationsleistungen gemessen an Innovationszielen und Unternehmensposition.

- ▶ **Strukturelle Anforderungen:** Maßnahmen bezüglich Struktur, Management, Personal und Anreizen: Strukturen schaffen, die es erlauben, unternehmerisch tätig zu sein; das Neue vom Alten organisationsmäßig trennen; für das Neue einen Brennpunkt an hoher Stelle schaffen; das Neue nicht dem gleichem Druck und denselben Erwartungen aussetzen wie das Alltagsgeschäft; klare Zuordnung der Verantwortung.



Für Start-ups sind der Kundennutzen und die relative Qualität zunächst wichtiger als Umsatz und Ergebnis.

Erarbeiten neuer strategischer Projekte steht – für alle zugänglich – eine breite Palette von Methoden und Tools zum Thema Innovationsmanagement zur Verfügung. Wichtig ist es, danach die Umsetzungsmaßnahmen nach bestehendem und neuem Geschäft zu trennen. Während Bestehendes zur Umsetzung in die Linie gegeben wird, benötigt das neue Geschäft besondere Sorgfalt. „Trenne Altes von Neuem“, empfahl Drucker – und genau hier können die Kompetenzen und Fähigkeiten von unternehmerischen Mitarbeitern genutzt werden.

**Organisation:** In der Organisation müssen Freiräume für unternehmerisches, kreatives Denken und Handeln geschaffen werden. Aber auch Abgrenzungen sind nötig, damit das bestehende Geschäft nicht dauernd infrage gestellt wird. Ein erfolgreiches Unternehmen schöpft das bestehende Geschäft aus und besitzt die Fähigkeit, zugleich Neues zu schaffen. So arbeitet zum Beispiel in Forschung und Entwicklung ein Teil der Mitarbeiter an Verbesserungen bestehender Produkte, während ein Think Tank Projekte auf der grünen Wiese entwickelt.

**Personalentwicklung:** Mitarbeiter haben unterschiedliche Fähigkeiten. Für deren Nutzung gilt das Prinzip, auf Stärken aufzubauen. „Geborene“ Buchhalter sind nur glücklich, wenn jeden Abend Soll und Haben sowie Passiva und Aktiva übereinstimmen, und kreative Chaoten bringen nie die Buchhaltung in Ordnung. Eine Unterstützung bieten hierbei Analyseinstrumente wie das DISG-Persönlichkeitsprofil, das mit den Mitarbeitern eruiert, wer wo am besten eingesetzt wird. Eine Evaluation der Denkstile und Verhaltenspräferenzen sowie Kompeten-

zen und Stärken der Mitarbeiter hilft dabei, den strategischen Aufbau von Neugeschäften abzusichern.

**Controlling:** Innovationen und neue Geschäfte müssen anders gemessen und beurteilt werden als Bestehendes. Für Start-ups sind der Kundennutzen und die relative Qualität wichtiger als Umsatz und Ergebnis. Während zwei Prozent Umsatzwachstum in einem stagnierenden Markt ein gutes Ergebnis sein kann, muss die gleiche Kennzahl für ein neues Geschäft viel höher liegen – jedenfalls höher als das Marktwachstum. Innovationscontrolling unterscheidet sich demnach grundsätzlich vom klassischen Controlling und muss getrennt geführt werden.

### Fazit

Das Fazit der Beschäftigung mit Peter F. Drucker ist: Sein Ansatz des Entrepreneurial Management zeigt, dass es sehr wohl sinnvoll ist, vom Unternehmertum im Unternehmen zu sprechen, denn unternehmerische Mitarbeiter sind letztlich unentbehrlich, um die Innovationsfähigkeit und damit Überlebensfähigkeit einer Organisation langfristig zu sichern.

Doch unternehmerisch denkende und handelnde Mitarbeiter fallen, ebenso wie Manager, nicht vom Himmel. Sie müssen von den Unternehmen gezielt entwickelt werden – zum Beispiel, indem die Unternehmens- oder Bereichsleitung Mitarbeiter mit einem entsprechenden Potenzial gezielt in die Strategieentwicklung integriert. Oder indem sie im Unternehmen Start-ups schafft, in denen der Führungsnachwuchs seine unternehmerischen Fähigkeiten und Fertigkeiten austesten und entfalten kann. Ansonsten verpufft das Potenzial der Mitarbeiter wirkungslos.

[ rm ]

## Die Quellen systematischer Innovationsarbeit

Es gibt sieben Bereiche innovativer Chancen (vier davon sind unternehmensintern). Dabei geht es um Symptome, die als zuverlässige Indikatoren für Veränderungen dienen:

- 01** Das Unvermutete: der unerwartete Erfolg, das unerwartete Scheitern, die Überraschung.
- 02** Inkongruenzen: Unterschiede zwischen Sein und Schein, zwischen der Wirklichkeit und dem Bild, das man sich davon macht oder das man sich wünscht.
- 03** Änderung in der Anwendung: Innovation aufgrund von neuen Anwendungsmöglichkeiten.
- 04** Industriebereiche und Marktstrukturen: der „Erdbeben“ – eine plötzliche Veränderung in der Branche oder Marktstruktur, die alle überrascht.
- 05** Demografische Gegebenheiten: Veränderungen in der Bevölkerungsstruktur.
- 06** Wandel der Wahrnehmung: Veränderungen in Bezug auf Wahrnehmungen, Bedeutungen und Stimmungen.
- 07** Neues Wissen: im wissenschaftlichen und außerwissenschaftlichen Bereich.





# Alles im Fluss

Egal, ob Spülbecken, Wanne oder WC – wenn der Abfluss verstopft ist, muss umgehend Abhilfe geschaffen werden. Die RUN 24 GmbH in Berlin ist auf akute Fälle spezialisiert. Damit der Monteur schnellstmöglich beim Kunden ist, nutzt das mittelständische Handwerksunternehmen die betriebswirtschaftliche Standardsoftware Sage Office Line und die Flottenmanagementlösung WORKsmart von TomTom Business Solutions.

**Lauren Reimler**

**W**er unsere 24-Stunden-Hotline anruft, der hat in der Regel ein akutes Problem im Abwasserbereich. Wenn Dusche oder Toilette nicht benutzbar sind, ist das Wohlbefinden massiv gestört. Unsere qualifizierten Mitarbeiter sorgen deshalb mit hohem Einsatz und modernster technischer Ausrüstung dafür, dass Verstopfungen im Abwassersystem schnellstens beseitigt werden.“ So beschreibt Bastian Bösner-Worth, Prokurist der RUN 24 GmbH das Kerngeschäft des Unternehmens.

Damit das Problem des Kunden gelöst wird, müssen die Informationen über den Schadensfall schnell erfasst und fehlerfrei übermittelt werden. Dabei unterstützt die ERP-Software Office Line von Sage; in ihr werden die eingehenden Aufträge erfasst, Kundendaten gepflegt sowie Angebote und Rechnungen geschrieben. Genauso wichtig ist ein effektives Telematik- und Flottenmanagementsystem, das den am schnellsten verfügbaren Fahrer identifiziert und ohne Staus und Hindernisse zum Einsatzort führt. Hierfür nutzt RUN 24 die Flottenmanagementlösung WORKsmart von TomTom Business Solutions.

## Schnelle Zusagen erteilen und einhalten

„Entscheidend für den Erfolg der Lösung ist die reibungslose Integration von Auftrags- und Flottenmanagement, die wir mit unserem Dienstleister Funk, Zander und Partner (FZP) umgesetzt haben“, betont Prokurist Bösner-Worth. Ein Projektpartner, der sich hervorragend für die Integration von Sage- und TomTom-Anwendung eignet: FZP ist sowohl zertifizierter Sage-Developer-

Partner, der auf Basis der Office Line eigene Lösungen entwickelt, als auch TomTom-Integrationspartner.

Kernstück der Anwendung ist das Service-Center, ein zentrales Portal für den Zugriff auf die Systeme von Sage und TomTom Business Solutions. Die Bedeutung des Service-Centers erläutert Bösner-Worth so: „Wenn der Kunde anruft, bleibt für unsere Mitarbeiter in der Disposition keine Zeit, sich mit unterschiedlichen IT-Anwendungen zu befassen. Unser Erfolg beruht darauf, dass der Kunde schnell eine verlässliche Zusage erhält, wann wir sein Problem lösen – und dass wir diese Zusage auch einhalten.“

## Planen nach Farben

Schon bei der Auftragserfassung ist der Ablauf deshalb auf Tempo getrimmt: Wenn die Disponenten den Namen des Auftraggebers – häufig eine Hausverwaltungsfirma – eingeben, erhalten sie automatisch eine Liste mit Vorschlägen aus den Daten des ERP-Systems, sodass sie bei Bestandskunden nicht den ganzen Namen eingeben müssen. Oft sind für einen einzigen Auftrag drei Adressen zu erfassen: die des Hausverwalters, die des betroffenen Objekts und die des Eigentümers, der die Rechnung erhält.

„Für diesen Standardfall haben wir gemeinsam mit FZP eine Maske entwickelt, die alle drei Adressen auf einen Blick zeigt. Das beschleunigt die Erfassung enorm, weil man sich nicht durch verschiedene Menüs klicken muss, wie das bei Standard-ERP-Anwendungen häufig der Fall ist. Die Möglichkeit zu solchen Anpassungen war ein wichtiger Grund für die Wahl der Sage Office Line“, betont Bösner-Worth.

Die so erfassten Daten landen automatisch im ERP-System. Dann beginnt die eigentliche Disposition auf der digitalen Plantafel, einer Liste aller verfügbaren Mitarbeiter und Fahrzeuge mit den jeweils zugeordneten Aufträgen.

Durch die intelligente Verknüpfung der ERP-Software mit der TomTom-Flottenmanagementlösung WORKsmart sehen die Disponenten hier, welcher Fahrer seine Aufträge bis zu welchem Status bearbeitet hat, und in welchem Bereich er sich befindet – denn die Aufträge sind in der Liste nach Postleitzahlen farblich markiert und sortiert. So kann der Mitarbeiter den am schnellsten verfügbaren Fahrer mit dem nötigen Know-how und der passenden Ausrüstung auswählen und ihm den Auftrag per Mausklick zuweisen.

Das verkürzt die interne Kommunikation und hält die Leitungen der Disposition für Kundengespräche frei. Außerdem passieren bei diesem Verfahren wesentlich weniger Fehler als früher, als die Disponenten die Adresse per Telefon durchgaben und die Fahrer

mit der Hand mitschrieben. So werden Missverständnisse und teure Fahrten zu falschen Adressen vermieden.

### **Auf dem schnellsten Weg zur blauen Medaille**

Der aktuelle Auftrag wird direkt in die Auftragsliste auf dem Display des TomTom-PRO-Navigationsgerätes im Fahrzeug übermittelt. Von hier aus gibt der Monteur Statusmeldungen zurück. Diese werden über die im Fahrzeug verbauten LINK Box per Mobilfunk (GPRS) an WEBFLEET, das Herzstück des Flottenmanagementsystems, gesendet. Dank einer offenen Schnittstelle werden die Daten dann automatisch an das ERP-System weitergeleitet. Die LINK Box ist eine kleine Blackbox, die Positionsdaten sendet und es der Zentrale somit ermöglicht, die Fahrzeuge zu orten.

Mit den ebenfalls übermittelten Statusinformationen hat der Disponent jederzeit im Blick, wann der Fahrer den Auftrag annimmt, zum Kunden fährt, vor Ort angekommen ist und den Auftrag bearbeitet. Ist die Arbeit abgeschlossen,



Die Aufträge werden so geplant, dass die Strecke zwischen zwei Terminen möglichst kurz ist.





Die Mitarbeiter von RUN 24 sorgen dafür, dass Verstopfungen schnellstens beseitigt werden.



erscheint neben dem Auftrag in der Liste eine blaue Medaille. „So wissen unsere Disponenten immer frühzeitig, bei welchen Terminen es möglicherweise zu einer Verzögerung kommt, und können den Kunden rechtzeitig informieren“, erklärt der Prokurist.

### Verstopfte Straßen vermeiden

Während der Kunde auf die Lösung seines Problems wartet, kämpft sich der Monteur durch den Hauptstadtverkehr. Damit das möglichst schnell geht, planen die Disponenten so, dass zwischen zwei Aufträgen möglichst geringe Entfernungen liegen. Dabei unterstützt sie die elektronische Plantafel durch die farbliche Kennzeichnung der Aufträge in der Liste.

Idealerweise haben die Aufträge eines Monteurs immer dieselbe Farbe, das heißt, er bewegt sich im selben PLZ-Bereich. Immer lässt sich das jedoch nicht garantieren und dann profitieren sowohl Disposition als auch Fahrer besonders von der TomTom-Lösung.

Bösner-Worth erläutert: „Der Disponent erkennt auf dem großen Monitor in der Zentrale sofort, welcher Fahrer in der Nähe ist, wenn er einen dringenden Auftrag erhält. So kann er dem Anrufer gleich sagen, wann er mit Hilfe rechnen kann. Und der Fahrer wird dank TomTom auf dem schnellsten Weg zum Einsatzort geführt.“ Unterwegs bekommt er immer die voraussichtliche Ankunftszeit angezeigt. Falls sich diese

deutlich ändert, kann er die Kontaktdaten des Kunden in seiner Auftragsliste anzeigen lassen.

Ist das Handy mit dem Navigationsgerät gekoppelt, kann er die Telefonnummer des Kunden direkt anwählen. Diese Flexibilität sorgt für mehr Kundenzufriedenheit bei gleichzeitig niedrigerem Aufwand. So hat sich die Lösung bereits innerhalb von zwölf Monaten bezahlt gemacht.

### Insellösungen helfen nicht weiter

„Mit unserer alten IT wäre so eine effiziente Arbeitsweise nicht möglich gewesen“, betont Bösner-Worth: „Damals hatten wir verschiedene Insellösungen für einzelne Aufgaben. Problematisch war vor allem die Telematiklösung, die von einem kleinen Anbieter kam und nicht die erforderliche Ausfallsicherheit sowie den notwendigen Funktionsumfang bot. Deshalb suchten wir nach einem großen Anbieter mit einer leistungsfähigen und hochverfügbaren Lösung. Für TomTom Business Solutions haben wir uns vor allem deshalb entschieden, weil es hier Schnittstellen zu den führenden ERP-Systemen gibt, denn wir planten die Ablösung des Altsystems, aus dem wir herausgewachsen waren.“

Anhand des Pflichtenhefts von mehr als 50 Seiten wurden Systeme verschiedener Anbieter geprüft. „Die Entscheidung zugunsten von Sage beruhte vor allem auf der Anpassbarkeit des Systems an unsere Anforderungen und der be-





Entscheidend für den Erfolg ist die reibungslose Integration von Auftrags- und Flottenmanagement.

stehenden Schnittstelle zwischen Sage und der Flottenmanagementlösung von TomTom Business Solutions“, erklärt Bösner-Worth.

„Diese Schnittstelle hat unser Dienstleister Funk, Zander & Partner nach unseren Anforderungen weiterentwickelt in Richtung unseres Service-Centers, das heute die zentrale Plattform zur Planung und Steuerung unserer unterschiedlichen Geschäftsprozesse darstellt.“

### Mehr Transparenz und Effizienz im Projektgeschäft

Auch die unterschiedlichen Geschäftsabläufe von RUN 24 stellen hohe Anforderungen an die Flexibilität der eingesetzten Lösung, besonders im Bereich Telematik. Denn neben dem Geschäft mit Abflussreinigung im häuslichen Bereich bietet das Unternehmen eine breite Palette an weiteren Dienstleistungen. Dazu gehören die Reinigung von Kanälen unterschiedlicher Größe, die Inspektion von Rohren und Kanälen sowie Dichtheitsprüfungen.

Bei diesen Tätigkeiten kommen zum Teil schwere Spezialfahrzeuge zum Einsatz – wie auch bei der Wartung von Fettabscheideanlagen. Viele dieser Aufgaben haben Projektcharakter. Für eine Flottenmanagementlösung bedeutet das, dass sie eine Vielzahl von Informationen zu einem einzelnen Auftrag verwalten muss. Beispielsweise bekommt der Fahrer in diesen Fällen

auch Angaben zum Projektleiter und zu den speziellen Anforderungen des Auftraggebers auf dem Bildschirm seines TomTom-PRO-Gerätes angezeigt. Darüber hinaus stehen dem Management sämtliche Auftragsinformationen für umfassende Auswertungen mit der Office Line zur Verfügung.

Bösner-Worth fasst den Nutzen der Lösung für RUN 24 so zusammen: „Unabhängig von der Art des Auftrags unterstützt uns die Kombination aus der TomTom Flottenmanagementlösung WORKsmart und Sage Office Line dabei, die Aufwände an Arbeitszeit und gefahrenen Kilometern automatisiert zu erfassen und so die Rentabilität von Aufträgen zu berechnen. Das hilft uns bei der Optimierung von Arbeitsabläufen und bei der strategischen Entwicklung unseres Geschäfts. Am Ende des Tages heißt es dann sowohl bei unseren Kunden als auch bei unseren Prozessen: alles im Fluss.“

[rm]

## Das Unternehmen RUN 24 GmbH

- Gründung im Jahr 2000
- mittelständisches eigentümergeführtes Unternehmen
- 35 Mitarbeiter
- leistungsstarkes Rohr- und Kanalreinigungsunternehmen in der Region Berlin-Brandenburg
- 7 Saug-Spül-Kombinationsfahrzeuge, 7 Rohrreinigungsfahrzeuge, 4 TV-Inspektionsfahrzeuge, 3 Dichtheitsprüfanlagen und weitere Spezialtechnik
- Leistungen: Rohr- und Kanalreinigung, TV-Inspektion und Dichtheitsprüfung von Abwasseranlagen, Abscheiderservice



Guter Rat muss nicht teuer sein – auf den **Themenportalen der Haufe Mediengruppe** werden Fachinformationen und Arbeitshilfen sogar teilweise kostenfrei angeboten. Dank der übersichtlichen Gestaltung und einer vorbildlichen Suchfunktion ist die Webseite ein exzellenter Ausgangspunkt für Recherchen.

Björn Lorenz

## KURZPROFIL

### Haufe Themenportale

Haufe-Lexware GmbH & Co. KG

Preis: kostenlos

[www.haufe.de](http://www.haufe.de)

Internetzugang, aktueller Webbrowser, PDF-Viewer

# Fachinformationen auf die Schnelle

**E**gal, ob Großkonzern oder Kleinbetrieb: Für lange Recherchen fehlt den meisten Mitarbeitern die Zeit. Doch wie heißt es so schön: Unwissenheit schützt vor Strafe nicht. Und die kann speziell im Steuer- und Wirtschaftsrecht ziemlich hoch ausfallen. Die *Haufe Themenportale* sind ein idealer Ausgangspunkt für die Suche nach schnellen, zuverlässigen und fachlich fundierten Informationen.

Von hier aus können Nutzer sowohl auf weite Teile der frei zugänglichen Beiträge und Nachrichten als auch auf Bezahlinhalte der Haufe Mediengruppe zugreifen. Und das unabhängig davon, ob diese aus dem Online- oder Print-Bereich stammen. Kostenpflichtige Inhalte dürfen rund 30 Minuten lang „probegelesen“ werden. Genug Zeit, um die inhaltliche Relevanz sicher zu beurteilen.

## Effiziente Recherche

Die Bandbreite der Portale ist gewaltig: Sie richten sich an Fachleute im Personalwesen, in der Steuerberatung, im Rechnungswesen, im Öffentlichen Dienst, in Marketing und Vertrieb sowie im Bereich Arbeitsschutz. Neben Kommentaren zur aktuellen Gesetzeslage finden Nutzer beispielsweise auch Fachbeiträge zu Managementtrends. Hinzu kommen unzählige Gesetzestexte und Rechtsquellen. Die Struktur des Themenportals ist gradlinig und einfach, sodass man sich bereits bei der ersten Begegnung zurechtfindet.

Anwender gelangen wahlweise über die Volltextsuche oder schrittweise über Rubriken und Themenbereiche zum Ziel. Die Volltextsuche ist vorbildlich strukturiert: Sie liefert kommentierte Ergebnisse, die sich mithilfe von Filtern in mehreren Stufen verfeinern lassen. Anwender können die Resultate so bereits auf den ersten Blick einordnen.

## Soziale Komponente

Ein echter Pluspunkt ist die sorgfältige Verknüpfung der Inhalte. Empfehlungen führen beispielsweise direkt aus einem

Fachtext zu passenden Arbeitshilfen. Damit ist sichergestellt, dass wirklich alle Hilfen und Informationen gefunden werden. Auf der Portal-Startseite und den Hauptseiten der verschiedenen Rubriken verweisen Kurzzusammenfassungen auf aktuelle Fachbeiträge und die neuesten Nachrichten.

Wer die Portale regelmäßig nutzt, kann sich also ohne allzu viel Aufwand auf dem Laufenden halten. Was ganz oben auf der Nachrichtenseite steht, bestimmen die Nutzer übrigens zum Teil sogar selbst: Aktuelle Artikel, die besonders häufig gelesen werden, wandern im Ranking automatisch nach oben.

Abgesehen von den Fachinformationen stellt die Haufe Mediengruppe auch einige zusätzliche Dienste über die Fußleiste der Portale bereit. Hierzu gehören beispielsweise Arbeitshilfen, Downloads, Weiterbildungsangebote oder elektronische Zeitschriften, von denen ältere Ausgaben kostenlos im PDF-Format heruntergeladen oder im Webbrowser durchgeblättert werden können. Für mobile Nutzer steht eine angepasste Version der Portale bereit, die optimal auf Fingerbedienung zugeschnitten ist.

## Fazit

Die *Haufe Themenportale* sind klar und übersichtlich gestaltet. Die logische Struktur und eine höchst effiziente Volltextsuche sorgen dafür, dass Fachinformationen schnell gefunden sind. Da die Inhalte täglich aktualisiert werden, können sich Anwender mithilfe des Themenportals ständig auf dem Laufenden halten. Ergänzt wird das Informationsangebot durch spezifische Newsletter für die genannten Zielgruppen. Die bereitgestellten Arbeitshilfen und Weiterbildungsangebote unterstützen zum Beispiel die Umsetzung neuer rechtlicher Vorgaben. [ rm ]

**Jetzt neu!**

Das Magazin für die digitale Wirtschaft.



**AB JETZT  
NEU AM KIOSK!**

Welche **Innovationen** werden unsere Zukunft verändern? Welche **Unternehmen** arbeiten bereits erfolgreich im Netz und vor allem wie? Welche **Personen** stehen dahinter und was treibt sie an?

Informationen rund um das neue Internet Magazin finden Sie unter **[www.intmag.de](http://www.intmag.de)**





#### TinyScan Pro

Urteil: gut

Preis: 4,49 Euro

[www.appxy.com](http://www.appxy.com)

ab Apple iOS 6 auf iPhone, iPad, iPod touch, Android-Smartphones & Tablets

# Belegerfassung to go

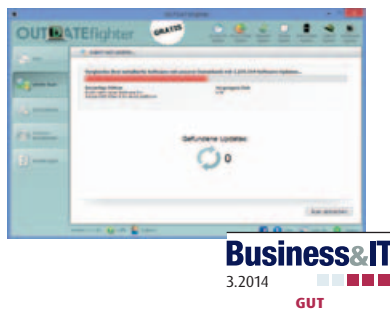
Wer Belege unterwegs erfasst, hat später im Büro weniger zu tun. Die App **TinyScan Pro** verwandelt fotografierte Rechnungen und Kassenbons in elektronische Dokumente – und schickt sie via Cloud auf den Rechner.

Trotz der restriktiven rechtlichen Rahmenbedingungen bewahren immer mehr Unternehmen ihre Belege digital auf. Da ein großer Teil der manuellen Arbeit entfällt, sind elektronische Archive deutlich effizienter als der klassische Aktenschrank. Aufwendig wird es allerdings immer dann, wenn die digitale auf die analoge Welt trifft. Das ist vor allem unterwegs problematisch, denn hier stehen keine schnellen Belegscanner zur Verfügung. So dauert es, bis Mitarbeiter die Zeit finden, Belege nach einer längeren Geschäftsreise geordnet zu erfassen.

Das muss nicht sein, denn Smartphones und Tablets haben in der Regel lediglich gute Kameras an Bord, mit denen sich beispielsweise auch Belege und Dokumente fotografieren lassen. Allerdings ist ein Foto kein Scan. Dazu wird es erst mit einer App wie *TinyScan Pro*. Die Software fotografiert Belege, beschneidet diese und speichert sie platzsparend als PDF im Schwarz/Weiß- oder Graustufenformat. Die Qualität war sowohl mit dem iPhone 4 als auch mit dem iPad Air überzeugend. Selbst gewellte Kassenbons wurden gerade gezogen und waren bestens lesbar.

Schwächen zeigte die Software beim Dokumentenmanagement: Das beginnt zum Beispiel damit, dass die PDF-Endung nicht automatisch ergänzt wird. Die ist aber notwendig, um die Dokumente bei der Weiterverarbeitung am PC als PDFs zu erkennen. Zudem besitzt *TinyScan Pro* keine OCR-Funktion. Die gelieferten PDFs sind Bilder, die im Zuge der Nachbearbeitung zu analysieren sind. Darüber hinaus gibt es keine Möglichkeit, Schlagworte hinzuzufügen. Für den Datentransfer ist die App mit Anbindungen an Cloud-Speicher wie Dropbox, Google Drive oder SkyDrive ausgestattet. Eine Autosynchronisierungsfunktion fehlt der Software jedoch, sodass jeder Vorgang einzeln anzustoßen ist.

**TinyScan Pro ist unterwegs ein vollwertiger Scanner-Ersatz. Dokumente sind schnell verarbeitet und übertragen. Für eine archivgerechte Aufbereitung der Belege ist der manuelle Aufwand allerdings sehr hoch. Bei großen Belegvolumen droht die Gefahr, dass Dokumente liegen bleiben. Auf dem iPad Air lief die App mitunter instabil.** [ Björn Lorenz / rm ]



#### OUTDATEfighter 1.1

Urteil: gut

Preis: kostenlos

[www.spamfighter.com](http://www.spamfighter.com)

Windows Vista/7/8, Pentium PC 1 GHz, 1 GB RAM, Internetverbindung

# Ab in die Rente

Veraltete Software ist nicht nur ein Sicherheitsproblem, sondern führt häufig zu Inkompatibilitäten. Angesichts der vielen installierten Programme kapituliert so mancher Anwender vor dem Updateproblem. Sinnvoller als die Vogel-Strauß-Methode ist der Einsatz von Helfern bei der Programmpflege. Zu diesen Lösungen gehört die Freeware *OUTDATEfighter*.

Weniger als drei Sekunden benötigt die Software, um die Programmversionen des leidlich zugemüllten Testrechners zu untersuchen. Die ausstehenden Updates werden anschließend markiert und in einem Schritt heruntergeladen. Ein effizientes Verfahren, das einem unzählige Handgriffe und Internetrecherchen erspart. Auch Windows-Installationen lassen sich mit *OUTDATEfighter* warten, obgleich die Software hier deutlich langsamer agiert.

**OUTDATEfighter 1.1 entlastet Anwender bei der Updatepflege. Das spart Zeit und erhöht die Betriebssicherheit. Das Schöne dabei: Das kleine Tool ist kostenlos.** [ Björn Lorenz / rm ]

# Klein, aber oho

Viele Kleinunternehmen bleiben nicht auf Dauer klein. **Lexware business plus** ist ein Einstiegspaket, das über Upgrades langfristig mitwächst. Einsteiger profitieren von professionellen Funktionen, ohne sich mit einer überdimensionierten Software zu belasten.

➤ Mit Modulen wie Finanzbuchhaltung, Warenwirtschaft, Mahnwesen und Online-Banking richtet sich die kaufmännische Software **Lexware business plus 2014** vor allem an Kleinbetriebe und Existenzgründer. Das Buchhaltungsmodul beherrscht sowohl Einnahmen-Überschuss-Rechnung als auch Bilanzierung. Wachstumsorientierte Unternehmen können den Umfang durch Upgrades flexibel erweitern, etwa um zusätzliche Arbeitsplätze oder Funktionen.

Die Impulse für die wichtigsten Neuerungen kommen von außen: Als gelungen darf man vor allem die SEPA-Umstellung bezeichnen. **business plus** hilft, gespeicherte Bankverbindungen zu konvertieren, und unterstützt Anwender, die obligatorischen Info-Schreiben zur SEPA-Basislastschrift auf den Weg zu bringen. Erhaltene Mandate werden dort gespeichert, wo sie hingehören: in die Kundenakte. Die zweite Neuerung betrifft die elektronische Bilanz. Hier hilft ein Assistent bei der Zuordnung der Konten auf die einzelnen Formularfelder. Im Bereich der Warenwirtschaft stellten die Entwickler an verschiedenen Schrauben: So lassen sich beispiels-

weise Textbausteinsammlungen kategorisieren und mehrere Artikel gleichzeitig in Warengruppen verschieben. Zudem profitieren Anwender von Details wie Stücklisten, Artikelreservierungen oder Abo-Rechnungen. Die Schnittstellenausstattung umfasst unter anderem Webshops und den DATEV-Export an den Steuerberater.

**Lexware business plus** ist mit einer professionellen Benutzerführung ausgestattet. Kontextsensitive Aufklappmenüs sorgen für eine aufgeräumte Oberfläche. Zahlreiche Eingabehilfen bringen Effizienz und Sicherheit in die Auftragsbearbeitung. Ein echtes Alleinstellungsmerkmal ist das integrierte Fachportal, das Einsteigern Hintergrundwissen und Arbeitshilfen zu Buchhaltung oder Faktura liefert.

■ **Trotz des hohen Funktionsumfangs ist Lexware business plus 2014 einfach zu bedienen. Die Umsetzung der rechtlichen Anforderungen in Sachen E-Bilanz und SEPA ist vorbildlich. Wegen des problemlosen Upgrades ist business plus vor allem für wachstumsorientierte Kleinbetriebe eine gute Wahl.** [ Björn Lorenz / rm ]



**Lexware business plus 2014**

Urteil: hervorragend

Preis: 428,28 Euro (Kauf);  
29,63 Euro monatlich (Miete)

[www.lexware.de](http://www.lexware.de)

➤ Windows Vista/7/8, Pentium PC 2 GHz,  
2 GB RAM, DVD-Laufwerk

# Schlank, simpel, gut

➤ Viele kaufmännische Lösungen sind für Einzelkämpfer und Kleinstbetriebe überdimensioniert und unnötig kompliziert. **WISO EÜR & Kasse** konzentriert sich auf die wesentlichen Funktionen: Auftragsbearbeitung, Buchhaltung, Kasse und Anlagenverwaltung. Buchungsvorlagen, Programmhilfe und Aufklappmenüs sorgen für eine zügige Vorgangsverarbeitung. Bei Rechnungsstellung generiert die Software den dazugehörigen Buchungssatz automatisch.

Das Berichtswesen ist druckorientiert und wirkt insgesamt etwas hausbacken. Positiv fällt auf, dass die Software auch die Umsatz- und Gewerbesteuererklärung beherrscht – was bei Einstiegslösungen keinesfalls selbstverständlich ist. Ein großer Pluspunkt ist die Anbindung an die WISO Steuer-Software: Die Ergebnisse der Gewinnermittlung lassen sich direkt in die Steuererklärung übernehmen. Das mitgelieferte Online-Banking-Modul ist lediglich zum Herunterladen von Kontoauszügen gedacht.

■ **WISO EÜR & Kasse 2014 ist einfach zu bedienen, hervorragend ausgestattet und preislich ein echtes Schnäppchen. Genau das Richtige für Einzelkämpfer und Kleingewerbetreibende.**

[ Björn Lorenz / rm ]



**WISO EÜR & Kasse 2014**

Urteil: sehr gut

Preis: 49,95 Euro

[www.wiso-software.de](http://www.wiso-software.de)

➤ Windows Vista/7/8, Pentium PC 1 GHz,  
1 GB RAM, CD-Laufwerk

Testen Sie jetzt **3x Business&IT** und erhalten Sie

# Sofort zu

## Nutzen Sie weiter die Vorteile des Business&IT-Abos!

- **Ja**, ich nehme Ihr Super-Testangebot an. Ich möchte die kommenden **drei Ausgaben der Business&IT** testen. Dazu erhalte ich als Prämie gratis zur Wahl einen **32 GB USB-Speicherstick**, den **amazon.de-Gutschein im Wert von 10,- Euro** oder das **Brennenstuhl Funkschalter-Set** für nur **14,99 Euro**.
- Sollten Sie eine Woche nach Erhalt des 3. Heftes nichts von mir hören, freue ich mich auf die regelmäßige Zustellung per Post frei Haus als Jahres-Abo (12 Ausgaben pro Jahr / für nur 71,- €).



**Business&IT** ist die unverzichtbare Informationsquelle bei Investitions- und Management-Entscheidungen.

**Business&IT** bietet lösungsorientierte Berichterstattung. Detaillierte Produkttests dienen als zuverlässige Entscheidungshilfe und schaffen Investitionssicherheit.

**Business&IT** berichtet praxis- und lösungsorientiert über Trends, Unternehmensführung, sowie IT-Strategien.

BUSINESS&IT-TESTABO

**JA**, ich möchte die nächsten drei Ausgaben der **Business&IT** testen. Außerdem erhalte ich wahlweise als Prämie gratis

- ☐ den **32 GB USB-Speicherstick (K970)** für **14,99 Euro** (Österreich 19,99 Euro\*, Schweiz 29,99 sfr\*)
- ☐ den **10-Euro amazon.de-Gutschein (K971)** für **14,99 Euro** (Österreich 19,99 Euro\*, Schweiz 29,99 sfr\*)
- ☐ die **Brennenstuhl Funkschalter Set (K665)** für **14,99 Euro** (Österreich 19,99 Euro\*, Schweiz 29,99 sfr\*)

Sollten Sie eine Woche nach Erhalt des 3. Heftes nichts von mir hören, freue ich mich auf die regelmäßige Zustellung per Post frei Haus als Jahres-Abo (12 Ausgaben/Jahr für nur 71,- Euro).

Name, Vorname

E-Mail

Straße, Nr.

PLZ, Ort

Gewünschte Zahlungsweise: ☐ Bequem durch Bankeinzug  
Dafür erhalte ich **1 Heft gratis** (Nur im Inland!)

☐ Gegen Rechnung

BLZ

Kontonummer

Geldinstitut

Datum, Unterschrift

Ändert sich meine Adresse, erlaube ich der Deutschen Post AG, dem Verlag meine neue Anschrift mitzuteilen. Die Prämie wird NACH erfolgter Bezahlung des Test-Abo-Preises zugesandt. Sollte der abgebildete Artikel nicht mehr lieferbar sein, erhalten Sie einen qualitativ gleichwertigen Ersatzartikel. Das Jahres-Abonnement ist nach Ablauf des ersten Jahres jederzeit kündbar. WEKA MEDIA PUBLISHING GmbH, Richard-Reitzner-Allee 2, 85540 Haar, Handelsregister München, HRB 154289.

☐ Ich bin damit einverstanden – jederzeit widerruflich –, dass mich der Verlag WEKA MEDIA PUBLISHING künftig per E-Mail und telefonisch über interessante Vorteilsangebote informiert.

WK40B2M03

**Sofort online bestellen:**  
**businessportal.de/angebot**

**Per Post**  
**Business&IT**  
**Kunden-Service**  
**Postfach 180**  
**77649 Offenburg**

**oder faxen/anrufen:**  
**Fax: 0781 - 84 61 91**  
**Tel: 0781 - 639 45 48**

**Gleich Coupon ausfüllen und einsenden**



eine **tolle Prämie** dazu!

Gleich online bestellen:  
[www.businessportal.de/angebot](http://www.businessportal.de/angebot)

# greifen!

**JETZT NEU! Ein Heft gratis bei Bankeinzug!**

**3x Business&IT**  
plus 32 GB Speicherstick, Funkschalter-  
Set oder 10-Euro amazon.de-  
Gutschein für nur **€14,99**

### 32 GB USB-Stick

*Der Speichergigant für den Alltag*

Der 32 GB USB-Stick ist angenehm klein, bietet aber genügend Speicherplatz für Ihre Daten, wie etwa 32.000 MP3s, 60.000 Fotos, 12 Stunden Film oder eben 32 Gigabyte Daten.



**amazon.de-Gutschein**  
im Wert von 10,- Euro



Wählen Sie  
eine dieser  
attraktiven  
Prämien!

### Brennenstuhl Funkschalter-Set RCS 1000N Comfort

- Sichere und komfortable Lösung zum Schalten elektrischer Geräte
- Ein- und Ausschalten per Funk (einzeln oder gesammelt)
- Schaltleistung max. 1.000 Watt / Empfänger
- Reichweite bis zu 25 m

oder online bestellen unter [www.businessportal.de/angebot](http://www.businessportal.de/angebot)

## Redaktion

**Bereichsleiter:** Jörg Hermann

**Chefredakteur:** Andreas Eichelsdörfer (ae, v. i. S. d. P.)  
E-Mail: aeichelsdoerfer@wekanet.de

**Redaktion:** Rainer Müller (rm)

**Schlussredaktion:** Astrid Hillmer-Bruer

**Autoren dieser Ausgabe:** Axel Dreyer, Anja Eichelsdörfer, Johannes Fritsche, Ignaz Furger, Andreas Ganz, Matthias Kolbusa, Dr. Jürgen Krämer, Björn Lorenz, Michael Mors, Thomas Nicolaus, Lauren Reimler, Helmut Seßler, Horst Strobender

**Redaktionsassistent:** Gerlinde Drobe

**Titellayout:** Dorothea Voss

**Grafisches Konzept:** Gina Ultes

**Layout:** JournalMedia GmbH, Richard-Reitzner-Allee 4, 85540 Haar

**Fotografie:** Josef Bleier, Stefan Rudnick, Shutterstock

**Manuskript-Einsendungen:** Manuskripte und Programme müssen frei sein von Rechten Dritter. Sollten sie auch an anderer Stelle zur Veröffentlichung oder gewerblichen Nutzung angeboten worden sein, so muss das angegeben werden. Mit der Einsendung von Manuskripten und Listings gibt der Verfasser die Zustimmung zum Abdruck in den von WEKA MEDIA PUBLISHING GmbH herausgegebenen Publikationen und zur Vervielfältigung der Programm Listings auf Datenträgern. Mit Einsendung von Bauanleitungen gibt der Einsender die Zustimmung zum Abdruck in von der WEKA MEDIA PUBLISHING GmbH verlegten Publikationen und dazu, dass die WEKA MEDIA PUBLISHING GmbH Geräte und Bauteile nach der Bauanleitung herstellen lässt und vertreibt oder durch Dritte vertreiben lässt. Honorare pauschal oder nach Vereinbarung. Für unverlangt eingesandte Manuskripte und Listings wird keine Haftung übernommen.

**Urheberrecht:** Alle in Business&IT erschienenen Beiträge sind urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte, auch Übersetzungen und Zweitverwertung, vorbehalten. Reproduktionen, gleich welcher Art, ob Fotokopie, Mikrofilm oder Erfassung in Datenverarbeitungsanlagen, nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlags. Aus der Veröffentlichung kann nicht geschlossen werden, dass die beschriebene Lösung oder verwendete Bezeichnung frei von gewerblichen Schutzrechten ist. Logos und Produktbezeichnungen sind eingetragene Warenzeichen der jeweiligen Hersteller.

**Haftung:** Für den Fall, dass in Business&IT unzutreffende Informationen oder in veröffentlichten Programmen oder Schaltungen Fehler enthalten sein sollten, kommt eine Haftung nur bei grober Fahrlässigkeit des Verlags oder seiner Mitarbeiter in Betracht.

Als Kolumne oder als Meinung gekennzeichnete Beiträge geben die Ansicht der Autoren, nicht unbedingt die der Redaktion, wieder.

## Anzeigenabteilung

**Director Direct Sales:**  
Martin Schmiedel

**Anzeigenverkaufsleitung:**  
Andrea Rieger (-1170), arieger@wekanet.de

**Anzeigen B2B-Forum/Marktplatz:**  
Andrea Rieger (-1170), arieger@wekanet.de

**Leitung Sales Corporate Publishing & Media Services:**  
Richard Spitz (-1108), rspitz@wekanet.de

**Head of Digital Sales:**  
Christian Heger (-1162), cheger@wekanet.de

## International Representatives:

**UK/Ireland/France:** Huson International Media, Ms Rachel Di Santo, Cambridge House, Gogmore Lane, Chertsey, GB - Surrey, KT16 9AP, phone: +44 1932 564999, fax: +44 1932 564998, rachel.disanto@husonmedia.com

**USA/Canada - West Coast:** Huson International Media (Corporate Office), Ms Allison Padilla, Pruneyard Towers, 1999 South Bascom Avenue, Suite #450, USA - Campbell, CA 95008, phone: +1 408 8796666, fax: +1 408 8796669, allison.padilla@husonmedia.com

**USA/Canada - East Coast:** Huson International Media, Mr Jorge Arango, The Empire State Building, 350 5th Avenue, Suite #4610, USA - New York, NY 10118, phone: +1 212 2683344, fax: +1 212 2683355, jorge.arango@husonmedia.com

**Korea:** Young Media Inc., Mr Young J. Baek, 407 Jinyang Sangga, 120-3 Chungmuro 4 ga, Chung-ku, Seoul, Korea 100-863, phone: +82 2 2273-4818, fax: +82 2 2273-4866, ymedia@ymedia.co.kr

**Anzeigendisposition:** Petra Otte (-1479) potte@wekanet.de

**Sonderdrucke:** Andrea Rieger (-1170), arieger@wekanet.de

**Anzeigenpreise:** Es gilt die Preisliste Nr. 16 vom 1.1.2014

## Verlag

### Anschrift des Verlags:

WEKA MEDIA PUBLISHING GmbH,  
Richard-Reitzner-Allee 2, 85540 Haar bei München,  
Telefon 089 25556-1000, Telefax 089 25556-1199

**Vertrieb:** Bettina Huber (-1491)

**Audience Development Manager:** Philip Lenz (-1455)

**ISSN:** 1614-628X

**Vertrieb Handel:** MZV, Moderner Zeitschriften-Vertrieb GmbH & Co. KG, Ohmstr. 1, 85716 Unterschleißheim

**Leitung Herstellung:** Marion Stephan

**Technik:** JournalMedia GmbH, Richard-Reitzner-Allee 4, 85540 Haar

**Druck:** L.N. Schaffrath DruckMedien, Marktweg 42 - 50, 47608 Geldern

**Geschäftsführer:** Wolfgang Materna, Werner Mützel, Kai Riecke

**Erscheinungsweise:** Business&IT erscheint zwölfmal jährlich

**Abovertrieb/Einzelheftnachbestellung und Kundenservice:**

Burda Direct GmbH, Postfach 180, 77649 Offenburg  
Ein Hubert Burda Media Unternehmen  
Telefon 0781 6394548, Fax 0781 6394549, weka@burdadirect.de

**Bezugspreise für 12 Ausgaben Business&IT**  
(Abonnementpreis inklusive Versandkosten):

**Jahresabonnement Inland:** 71,00 Euro (Studenten: 60,40 Euro)

**Schweiz:** 139,00 sFr (Studenten: 118,15 sFr)

**Euro-Ausland:** 87,20 Euro (Studenten: 74,10 Euro)

Das Jahresabonnement ist nach Ablauf des ersten Jahres jederzeit kündbar. Sollte die Zeitschrift aus Gründen, die nicht vom Verlag zu vertreten sind, nicht geliefert werden können, besteht kein Anspruch auf Nachlieferung oder Erstattung vorausbezahlter Bezugsgelder.

Alleinige Gesellschafterin der WEKA MEDIA PUBLISHING GmbH ist die WEKA Holding GmbH & Co. KG, Kissing, vertreten durch ihre Komplementärin, die WEKA Holding Beteiligungs-GmbH

© 2014 WEKA MEDIA PUBLISHING GmbH

**Ihr Kontakt zum Anzeigenteam:**

Telefon: 089 25556-1111, Fax: 089 25556-1196

**LAC/2011**



ANZEIGE

# Business-Partner in dieser Ausgabe



**HAUFE.**

