



EIM... auf die Menschen kommt es an!

Mehrwert mit SAP

SAP AddOn-Lösungen sind im Kommen - Fachabteilungen profitieren in hohem Maße.

Compliance stärken

Compliance richtig implementieren. Das Beispiel Infinitas Learning.

Mehr Compliance wagen. Integration einer Compliance Kultur in einem multilateralen Unternehmen.

IT macht mobil

Mobile Geräte? Her damit! Die Konsumisierung der Unternehmensmobilität - BYOD.

Mit Print als App ins Web! So kommt Ihre gedruckte Publikation aufs iPad.

Die Cloud auf Wolke sieben?



Dieses Magazin
als App!



...und jetzt immer geradeaus.

**Zielorientierte
Kommunikation
ist nicht immer
leicht umzusetzen.**

Komplexe Strategien und Markenführung sind unsere Passion. Immer mit dem Augenmerk darauf, das eigentliche Ziel – Ihren Erfolg – nicht aus dem Blickfeld zu verlieren.



solis
communication

Kommunikation • Werbung • Events

solis communication
Goethestraße 12
69226 Nußloch

Tel.: +49 (0) 6224 9897980
Fax: +49 (0) 6224 9897989
office@solis-communication.com

www.solis-communication.com

Liebe Leserin, lieber Leser!

Zeiten ändern sich immer rasanter! Das Informationszeitalter hat sich mittlerweile in allen Organisations- und Unternehmensbereichen bemerkbar gemacht und durchdringt unaufhaltsam all unsere Arbeits- und Lebensbereiche. Die Informationstechnologie, für manche immer noch eine Bedrohung, treibt unaufhaltsam immer neue Generationen von Ideen, Geräten, Plattformen und Systemen in unseren Alltag. Die Informationsflut wächst. Die Ansprüche werden höher. Wer soll denn das noch alles beherrschen? Und wie kann ich mir die neuen Herausforderungen im Alltag zu Nutzen machen? Begriffe wie Cloud, BYOD, BPMN oder Compliance sollten nicht spurlos an Ihnen vorbei rauschen. Was muss ich mir davon merken, wo könnte ich davon profitieren? Fragen über Fragen.

Antworten und Anregungen von kompetenten Ansprechpartnern sind auch in dieser Ausgabe des DiALOG Magazins wieder informativ und anschaulich zusammengestellt. Themen, die überzeugen, weil sie klar und praxisorientiert präsentiert werden. Auch, weil EIM mehr ist als nur ein Kunstwort. Vor

allem aber: EIM ist Kommunikation! Und deshalb freut es mich, noch mehr Autoren für Sie, liebe Leserinnen und Leser, motiviert zu haben, die ihre Erfahrungen in verständlicher Weise per Bericht, Interview oder Erfolgsgeschichte zur Verfügung gestellt haben.

„EIM ... auf die Menschen kommt es an!“ – das beschreibt sehr gut die Motivation für dieses Magazin. Aber auch, dass es nun an der Zeit ist, das Thema Enterprise Information Management in vielen Bereichen der Unternehmen, technisch, prozessmäßig und am Wichtigsten, fachbereichsübergreifend wahrzunehmen. Der Mensch im Mittelpunkt – in den Organisationen der Unternehmen häufig Triebfeder, Motivator, Ideengeber und Entscheider. Im Mittelpunkt von Austausch, Diskussionen und Informationen. Das ist Fakt. Und deshalb müssen bzw. lassen wir Klartext sprechen! Für alle, die im Informationszeitalter nicht untergehen wollen.

In diesem Sinne wünsche ich Ihnen eine ideenreiche Lektüre, Anregungen für Ihren Alltag und Informationen für



gute Entscheidungen. Bleiben Sie unsgewogen, denn „ohne Kommunikation geht gar nichts“ – wie ein Beitragstitel in der Ausgabe beschreibt.

Wir sprechen Klartext - eben EIM!

Herzlichst
Ihr Steffen Schaar

Impressum

DiALOG - Das Magazin für Enterprise Information Management Ausgabe März 2013
Haben Sie Anregungen, Fragen oder Kritik?
Über Ihr Feedback freuen wir uns.

Herausgeber:

The Quality Group GmbH
Konrad-Zuse-Platz 1, 71034 Böblingen
Telefon: +49 7031 306974-100
Internet: www.tqg.de

Verantwortlicher Redakteur:

Steffen Schaar
Telefon: +49 7031 306974-201
E-Mail: steffen.schaar@tqg.de

Redaktion:

Cornelia Geiselhart
Telefon: +49 7031 306974-204
E-Mail: cornelia.geiselhart@tqg.de
Simon Feess
Telefon: +49 7031 306974-202
E-Mail: simon.feess@tqg.de

Bildnachweis:

creativ collection, digital spirit, Fotolia, Germanischer Lloyd SE, istockphoto.com, solis communication, Marcus Heisler, SAP, SIAB, The Quality Group, Zweckverband Flugfeld Böblingen/Sindelfingen

Haftungsausschluss:

Alle Angaben wurden sorgfältig recherchiert und zusammengestellt. Für die Richtigkeit und Vollständigkeit des Inhalts übernehmen Herausgeber und Redaktion keine Gewähr.



Cloud: Segen oder Fluch?

48



AUF DEM WEG IN DIE ZUKUNFT

- 6 SRM – Ohne Kommunikation geht gar nichts!
Interview mit Prof. Dr. Fietsen, BME e.V.
- 26 Vertrauen ist gut, vertragen besser, EIM die Zukunft!
Fünf Fragen an Ralf Liebig, The Quality Group GmbH
- 28 Risikomanagement in Wertschöpfungsnetzwerken
Beitrag von Prof. Dr. Hans Ulrich Buhl, Universität Augsburg
- 34 EIM im Alltag
- 48 Die Cloud auf Wolke sieben?
Meinungsbeitrag von Henrik Hausen, Alpha Business Solutions AG
- 50 EIM – Ansatz oder Wirklichkeit?
Meinungsbeitrag von Steffen Schaar, The Quality Group GmbH



Haben Sie Ihre Marken im Auge?

58

LÖSUNGEN IM FOKUS

- 15 Kontaktmanagement
Stärkt Kollaboration und Harmonisierung
- 22 easySearch
Sicherheit in der Dokumentenablage war noch nie so einfach
- 36 eAkte
In Zukunft finden Sie jede Akte wieder!
- 42 Leistungserfassung
Zeiten erfassen ohne Zeit zu verschenken
- 58 Markenrecht
Ihre Marken im Auge behalten



BYOD zum Erfolg machen

18

Wer alles von SAP AddOns profitiert!

44



DAS NETZWERK SPRICHT

- 16 Drei Fragen an... Markus Heisler Photographer
- 18 Mobile Geräte? Her damit!
Die Konsumisierung der Unternehmensmobilität – BYOD.
- 24 Compliance richtig implementieren
Das Beispiel Infinitas Learning.
- 40 Mit Print als App ins Web!
So kommt Ihre gedruckte Publikation aufs iPad.
- 44 SAP AddOn-Lösungen sind im Kommen
Fachabteilungen profitieren von dieser Entwicklung in hohem Maße.
- 60 Klarheit bringt Erfolg
SIAB setzt auf Transparenz bei Optimierung von Geschäftsprozessen.

Zeit ist Geld!

42



22



Elektronische Akten schaffen Sicherheit

36





Keine Angst vor Akronymen! 38

DIREKT AUS DER PRAXIS

- 11 Innovationspreis Henkel
Verleihung des Finance Excellence Award für LCM Contract Builder.
- 12 NETsite im Einsatz bei Telefónica Germany
- 56 Mehr Compliance wagen
Integration einer Compliance Kultur in einem multilateralen Unternehmen.

STANDARDS

- 3 Editorial
- 3 Impressum
- 5 Aufschlag
- 38 Informationsmanagement mal anders
Erstes Wörterbuch für EIM
- 62 Return
People Business – auf die Menschen kommt es an!

Liebe Frau Greiner,

ich schreibe Ihnen diesen Brief, weil ich die Ansätze zum Thema Enterprise Information Management aus Ihrem Blickwinkel betrachtet sehr spannend finde. Ihre zugegeben spontane, aber durchaus provozierende Kernaussage „... und jetzt immer geradeaus“, ist für mich Anlass genug, Sie unseren Leserinnen und Lesern näher vorzustellen.

Sie sind seit Jahren in der Marketing und Kommunikationsbranche mit Ihrem Unternehmen kompetenter Ratgeber und Gestalter von Medien und Informationsplattformen. Zuerst habe ich mich gefragt, was haben Marketing und eine Medienagentur mit EIM zu tun.

Nach kurzem Überlegen schoss es mir durch den Kopf: „Klar: Kommunikation!“ Reicht das denn? Erst recht, wenn EIM ja mit den Begriffen beschrieben wird: „strukturierte Informationen, zur richtigen Zeit, am richtigen Ort und vor allem übergreifend“. Um noch mehr von Ihnen, wie ich hörte, spannenden Erfahrungen und Ideen zu diesem Ansatz zu erfahren, erlaube ich mir, Ihnen diesen Brief zu schreiben.

Wie schaffen Sie es komplizierte Prozesse und Produkte, z. B. aus der IT- Branche, mit einfachen und klaren Worten zu kommunizieren? Gerade im Haifischbecken der Werbung, wo jeder Cent zweimal umgedreht wird, müssen Sie doch mit klaren und transparenten Worten überzeugen. Mit welchen Mitteln gelingt Ihnen das? Wie schaffen Sie es in die Mitarbeiter den Ideenwerkstätten der Unternehmen zu motivieren, immer wieder gute Produkte und nachhaltige Leistungen abzuliefern?

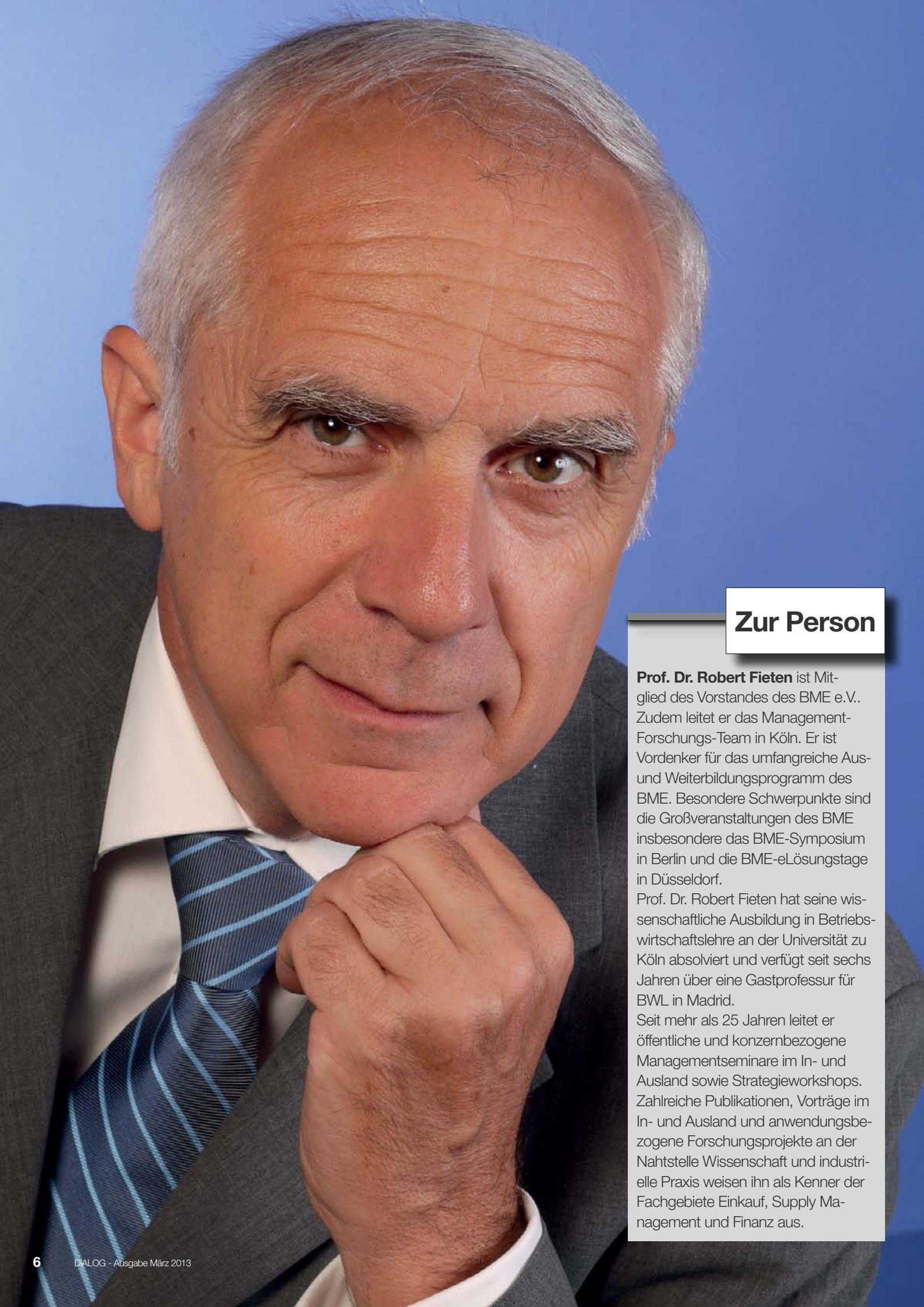
Liebe Frau Greiner, nun sind Sie dran! Am liebsten würde ich Ihnen zurufen: „...jetzt aber gerade(her)aus!“ – und erwarte freudig gespannt Ihren „Return“.

In diesem DiALOG-Sinne verbleibe ich mit freundlichen Grüßen
Ihr Fan Steffen Schaar

Frau Greiners „Return“ finden Sie auf Seite 62!



**easySearch:
Google war gestern!**



Zur Person

Prof. Dr. Robert Fieten ist Mitglied des Vorstandes des BME e.V.. Zudem leitet er das Management-Forschungs-Team in Köln. Er ist Vordenker für das umfangreiche Aus- und Weiterbildungsprogramm des BME. Besondere Schwerpunkte sind die Großveranstaltungen des BME insbesondere das BME-Symposium in Berlin und die BME-eLösungstage in Düsseldorf.

Prof. Dr. Robert Fieten hat seine wissenschaftliche Ausbildung in Betriebswirtschaftslehre an der Universität zu Köln absolviert und verfügt seit sechs Jahren über eine Gastprofessur für BWL in Madrid.

Seit mehr als 25 Jahren leitet er öffentliche und konzernbezogene Managementseminare im In- und Ausland sowie Strategieworkshops. Zahlreiche Publikationen, Vorträge im In- und Ausland und anwendungsbezogene Forschungsprojekte an der Nahtstelle Wissenschaft und industrielle Praxis weisen ihn als Kenner der Fachgebiete Einkauf, Supply Management und Finanz aus.

„SRM – Ohne Kommunikation geht gar nichts!“

Gedanken und Ausblicke zu den wirtschaftlichen Rahmenbedingungen aus Sicht des strategischen Einkaufs von Prof. Dr. Robert Fieten, allseits bekannter Ökonom, Strategie und Vorstandsmitglied des Bundesverband Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik (BME) e.V. sowie inhaltlicher Leiter des BME-Symposiums.

Redaktion: Die brennenden Themen in den Unternehmen rund um die Erkennung von Potenzialen und Verbesserungen in den Organisationen, Prozessen und Informationskreisläufen bewegen uns alle mehr denn je, denn auf uns kommen turbulente wirtschaftliche Zeiten zu. Sie, Herr Prof. Dr. Fieten sagten schon im letzten Jahr als einer der Vorreiter voraus, dass die Rezession an Europa nicht vorbeiziehen wird. Stehen Sie heute noch dazu?

Prof. Dr. Fieten: Mehr denn je stehe ich zu meiner damaligen leider zutreffenden Prognose. Große Teile der Eurozone insbesondere die Mittelmeeranrainer aber auch Frankreich sind bereits tief in der Rezession. Deutschland war bisher wegen des starken Engagements in den wachsenden Schwellenländern, deren Nachfrage nach Produkten made in Germany die eklatanten Nachfrageeinbrüche in Südeuropa kompensieren konnte, eine Insel der Seligen. Aber auch an Deutschland geht trotz aller Anstrengungen die Krise nicht vorbei, denn in der globalisierten Welt sind alle Volkswirtschaften eng miteinander verbandelt.

Wenn eine kränktelt oder sogar wie einige Euroländer auf die Intensivstation der Troika muss, hat dies Auswirkungen auf die anderen Volkswirtschaften. Die ungelöste Krise des Eurolands aber auch die nur schleppende Erholung der amerikanischen Wirtschaft lasten auf der Weltwirtschaft.

Hinzu kommt, dass auch der Motor Schwellenländer beginnt zu stottern. Wir müssen uns also auf eine längere Phase der Konsolidierung mit schwachen Wachstumsraten einstellen. Allerdings erwarte ich für Deutschland auch kein Hard Landing. Die Deutschen sind bekannt und geschätzt für ihre Gradlinigkeit und den Unternehmergeist. Dies könnte für Europa beispielhaft sein und muss nun erneut für Glaubwürdigkeit und Zielorientierung herhalten.

Redaktion: Ihre Aussagen basieren auf Ihrem Wissen aus der Praxis. Sie haben viele Jahre selbst aktiv auf der Seite der Strategen in Unternehmen mitgeholfen, sich auf solche Auswirkungen einzustellen. Sehen Sie dabei einen Spannungsbogen zwischen den globalen Unternehmen und

„Wir müssen uns auf eine längere Phase der Konsolidierung mit schwachen Wachstumsraten einstellen.“

dem kleinen Mittelständler oder treffen Ihre Aussagen auf alle gleichermaßen zu?

Prof. Dr. Fieten: Global aufgestellte Unternehmen mit Ursprung Deutschland, bei denen es sich im Übrigen - was oft übersehen wird - keineswegs nur um Großkonzerne sondern auch um global

agierende Hidden Champions handelt, spüren natürlich eher den drehenden Wind in der Weltwirtschaft als kleine Mittelständler, die in einer lokalen Nische operieren. Insgesamt trifft eine Rezession jedoch früher oder später alle Unternehmen. Einige Beispiele: Unsere Maschinenbauer und unsere Elektroindustrie vermerken schon seit Monaten einen geringeren Auftragseingang. Die

großer als auch kleinerer aufstrebender Firmen geben wird. Neue Ansätze aber auch neue Rekrutierungs- und Ausbildungswege müssen beschriftet werden, denn mit alten Denkmustern oder Strukturen werden keine Lorbeeren mehr zu holen sein. Dennoch gibt es insbesondere im deutschen Mittelstand überaus innovative und daher sehr erfolgreiche Unternehmen, die als

Redaktion: Die strategischen oder administrativen Abteilungen wie der Einkauf, die sich als „Service“ für die Wertschöpfung verstehen sollten, erleben derzeit eine Renaissance. Erst jetzt wird in vielen Organisationen die „Stellschraube der Prozessoptimierung“ gerade im strategischen Einkauf angesetzt. Als Ökonom und Vordenker sehen Sie diese Entwicklung doch bestimmt sehr positiv. Welche Signale können Sie denen mit auf den Weg geben, die sich jetzt der Zukunft stellen wollen oder gar müssen?

„Der strategische Einkauf ist Margenmanager, Working-Capital-Manager, Risikomanager und Manager der Innovationen.“

Automobilindustrie stellt sich in Europa auf härtere Zeiten ein. Die Stahlindustrie und der Stahlhandel haben weltweit mit den Wellen zu kämpfen und müssen Kapazitäten aus dem Markt nehmen. Besonders spannend wird die Positionierung aller Unternehmen dabei im Ringen um Fachkräfte und Ingenieure sein. Ein Wettlauf hat begonnen, der entscheidende Impulse für das Überleben und die Zukunftsfähigkeit sowohl

Spezialisten für besondere, weltweit gefragte Problemlösungen (Produkt-Service-Angebote) mit Optimismus in die Zukunft blicken. Gut, dass wir in Deutschland diese Familienunternehmen haben, die sich nicht zuletzt in der jüngeren Vergangenheit als Jobmotoren erwiesen haben. Unsere europäischen Nachbarn beneiden uns darum.

Prof. Dr. Fieten: Natürlich sehe ich diese Entwicklung positiv. Dem Einkauf und insbesondere dem leider nicht überall optimal aufgestellten strategischen Einkauf kommt in unseren Industrieunternehmen eine Schlüsselrolle zu. Darauf weise ich seit vielen Jahren immer wieder hin. Der strategische Einkauf ist Margenmanager, Working-Capital-Manager, Risikomanager und auch Manager der Innovationen, die in immer stärkerem Maße von den Zulieferern eingebracht werden. Er ist längst nicht mehr der Preisdrücker, sondern befasst sich mit der intelligenten Kostenoptimierung und dem Risikomanagement über die gesamte Supply Chain hinweg. Es gilt sich der Zukunft zu stellen.



„Herr Prof. Dr. Fieten, Ihre Meinung zu...“**„... Agilität?“**

„Diese ist heute in Zeiten vernetzter Märkte und superschneller Informationen ein Muss für unsere Unternehmen. Hier muss deutlich zugelegt werden.“

„... Kommunikation?“

„Kommunikation ist nicht alles, aber alles ist nichts ohne gute Kommunikation.“

„... Mitarbeiterintegration?“

„Ein absolutes Muss in allen Change-Management-Prozessen. Ohne überzeugte, ja sogar begeisterte Mitarbeiter sind informationstechnische Innovationen zum Scheitern verurteilt.“

„... Potenzialausschöpfung?“

„Ein hoher Anspruch, der voraussetzt, dass die Unternehmensleitung die Potenziale der Mitarbeiter und der Technik bzw. der Systeme richtig erkennt. Dies ist längst nicht immer der Fall.“

„Und was ist Ihr Lebensmotto?“

„I did it my way.“

Weg von der „einfachen Beschaffung“ hin zu strategisch gelebten und krisenfesteren „Einkaufspartnerschaften“. Mehr „weiche Faktoren“ in den Prozess der Entscheidungen mit einzubauen, bedeutet die Mitarbeiter in den Einkaufsorganisationen mit mehr Kompetenz und Verantwortung bei der Lieferantenauswahl und -entwicklung zu fordern und zu fördern und diese auch durch ein nachhaltiges Lieferantenmanagement zu etablieren und zu entwickeln. Meine Empfehlung ist daher, den Einkauf aufzurüsten – informationstechnisch, organisatorisch und in puncto Personalqualifikation. Es gibt ungemein viel zu gewinnen, denn jeder intelligent eingesparte Euro bei den Beschaffungskosten steigert unmittelbar das EBIT des Unternehmens.

Redaktion: Weltweit werden derzeit schwächere Konjunktursignale gemeldet. Welche beschaffungsspezifischen Strategien sollten die Unternehmen vor diesem Hintergrund umsetzen oder um mit dem Motto des 47. BME Symposiums zu sprechen, wie sollten die Unternehmen „souverän agieren“? Was raten Sie all denen?

Prof. Dr. Fieten: Schwierige Zeiten sind immer Gelegenheiten zu zeigen, was in einem steckt. Dazu bedarf es einer gesunden Souveränität und eines klaren Kurses. Vor dem Hintergrund einer sich abschwächenden Konjunktur

„Meine Empfehlung ist, den Einkauf aufzurüsten – informationstechnisch, organisatorisch und in puncto Personalqualifikation.“

sind die Zeiten für souverän agierende Einkäufer nicht tendenziell als schlecht zu bezeichnen. Einspareffekte bei den Beschaffungskosten sind zurzeit leichter möglich als in Boomzeiten. Die Beschaffungsmärkte entspannen sich. Man beachte etwa die Stahlpreisentwicklung und generell den Rückgang der Lieferzeiten. Es lohnt sich wieder, mit den Lieferanten zu verhandeln. In Anbetracht der Unsicherheit über die weitere Absatzentwicklung sollten die Unter-

nehmen jedoch auf der Beschaffungsseite vorsichtig disponieren, Läger straffen und vor allem ihre Agilität steigern. Die Ausfallrisiken von Lieferanten gilt es, professionell im Blick zu haben. Mit den strategischen Lieferanten und Logistikpartnern – insbesondere auch im Bereich der Produktentwicklung – muss noch enger und vor allem transparenter als in der Vergangenheit zusammengearbeitet werden. Höchst agile Supply Chains mit flexiblen Partnern sind mehr denn je gefragt. Insgesamt muss sich der Einkauf als Business Partner und Manager der externen Kapazitäten klar profilieren.

Redaktion: Auf den BME-eLösungstagen im letzten Jahr gab es einen Workshopbeitrag unter dem Titel „SRM – das Allheilmittel der Zukunft?“. Die Moderatoren konnten – vielfach diskutiert – als Resumee feststellen, dass z. B. die Einkaufsprozesse zwar gut aufgestellt sind, auch in dem Sinne wie Sie eben Ihre Strategie-Thesen formulierten, aber viel zu wenig mit dem Lieferanten oder Vertragspartner gesprochen und zielorientiert geplant wird. Teilen Sie

diese Sichtweise? Wenn ja, welche Botschaft rufen Sie denjenigen für die täglichen Aufgaben zu?

Prof. Dr. Fieten: Ja, diese Sichtweise teile ich. Agiles Supply Chain Management verlangt eine viel intensivere, zuverlässigere und besser strukturierte Kommunikation mit den internen und externen Partnern. Nur dadurch kann die Seuche der Unsicherheit aus dem Versorgungssystem genommen werden. In Zeiten

einer Kommunikation auf allen Kanälen – E-Mail, Kollaborationsplattformen, soziale Netzwerke, Smartphone – hat das traditionelle System der Lieferantensteuerung, in dem die Lieferanten brav der Order ihrer Abnehmer harren und diese unreflektiert ausführen, mehr und mehr ausgedient. Partnerschaft ist längst nicht mehr nur, wenn der Partner schafft, sondern ein gelebtes SRM – Supplier Relationship Management – und dies im wahrsten Sinne des Wortes. Modernes SRM ist mehr als nur die Abwicklung von Zahlen und Fakten. Gewinner werden Unternehmen sein, denen es gelingt, durch langjährige Einkaufspartnerschaften Krisen und Rezessionen zu meistern. Dabei werden wieder Tugenden wie Vertrauen, Verbindlichkeit und ehrliche Kommunikation zu Triebfedern einer zukunftsorientierten und krisensicheren Lieferantenbeziehung. Dies transparent zu entwickeln, wird die Herausforderung in der Umsetzung in den Einkaufsorganisationen sein. SRM-Systeme mit einem flexiblen Lieferantenbewertungs- und Klassifizierungsansatz werden dabei die Grundlage sein.

Redaktion: Gestatten Sie mir noch eine abschließende Frage. EIM, SRM, ECM, BPM – das sind mehr oder weniger bekannte moderne Kunstwörter. An Sie, als Mann der Klarheit und auch ausgestattet mit dem Mut die Dinge beim Namen zu

nennen: Wo geht es hin mit diesen Akronymen, der Schnellebigkeit, Agilität, Flexibilität im Umfeld der Bewältigung bei den täglichen Herausforderungen? Im Sport gibt es die bekannten und umstrittenen Diskussionen um Doping, um noch schneller, höher, weiter. Ist in der Wirtschaft in den administrativen Prozessen der Optimierungswahnsinn ausgebrochen oder eine logische Folge auf die wir uns einstellen müssen?

Prof. Dr. Fieten: An die Amerikanismen werden wir uns gewöhnen müssen. Man muss aber – und auch dies ist souveränes Handeln – hinter die Fassaden der Akronyme blicken, um herauszufinden, wieviel handfeste Substanz dahintersteckt. Manchmal ist es nicht mehr als alter Wein

in neuen Schläuchen, was uns präsentiert wird. Vor einem aufgeregten Optimierungswahnsinn sollte man sich hüten. In der Wirtschaft geht es nämlich in erster Linie um Effektivität, dann um Effizienz. Patentrezepte hierfür gibt es nicht. Manchmal kann sogar eine Entschleunigung in unseren Organisationen zielführend sein. Maßgebend sind letztlich nur die Ergebnisse.

Redaktion: Vielen Dank Herr Prof. Dr. Fieten für dieses Gespräch und weiterhin alles Gute und viel Erfolg.



Der **Bundesverband Materialwirtschaft, Einkauf und**

Logistik (BME), 1954 gegründet, ist Dienstleister für

8.500 Einzel- und Firmenmitglieder, darunter Mittelständler sowie Großunternehmen. Als Netzwerkgestalter fördert der BME den Erfahrungsaustausch für Unternehmen und Wissenschaft, für die Beschaffungs- und für die Anbieterseite. Der Verband ist offen für alle Branchen (Industrie, Handel, öffentliche Auftraggeber, Banken/Versicherungen) und Unternehmensformen.

1,25 Billionen Euro – so hoch ist das Einkaufsvolumen der im BME vertretenen Mitgliedsunternehmen. Der Wert der vom Einkauf zugekauften Waren, Güter und Leistungen liegt bei 42 Prozent des Unternehmensumsatzes. 41 regionale Gliederungen organisieren vor Ort jährlich rund 400 Veranstaltungen, z. B. Fachvorträge, Lieferantentage und Firmenbesuche.

www.bme.de

mawa
solutions

Professionelle IT hat einen Namen!

Wir bringen Trends zum Einsatz. Effizient und profitabel.

Unsere Schwerpunkte: IT Consulting, IT Remote Services, IT Security



mawa-solutions GmbH
Gaberstallgasse 31
72355 Schömburg

Telefon: +49 7427 91536-06
Fax: +49 7427 91536-10
E-Mail: info@mawa-solutions.com

Innovationspreis Henkel

Henkel verleiht den „Finance Excellence Award 2011“ für die Einführung von LCM Contract Builder – einem Projekt zur Vereinfachung von Standardverträgen weltweit.

Henkel verleiht jährlich Auszeichnungen für besondere Leistungen oder Projekte in verschiedenen Fachbereichen. Besondere Produkte, Innovationen, Ideen oder Projekte, die für Henkel zum nachhaltigen Unternehmenserfolg beitragen, werden prämiert – zeigt dies doch die hohe Motivation und Identifizierung der Mitarbeiter mit ihrem Unternehmen.

Zur Verleihung des „Finance Excellence Award 2011“ begrüßte der Gastgeber, Herr Christoph Henkel, stellvertretender Vorsitzender des Gesellschafterausschusses (GA) und Vorsitzender des Finanzausschusses, zusammen mit dem damaligen Finanzvorstand Dr. Lothar Steinebach, jene Teams aus den Einheiten Finanzen, Einkauf, Informationstechnologie und Recht, deren Projekte und Ideen zu nachhaltigen Einsparungen bei Kosten und Prozessen im Unternehmen geführt haben. Herr Dr. Michael J. Schmitt hat stellvertretend für die Henkel Law Group den „Finance Excellence Award 2011“ für die erfolgreiche Einführung des LCM Contract Builder entgegengenommen.

„Durch den Einsatz von LCM optimieren wir weltweit unsere Prozesse und realisieren eine enorme Zeiteinsparung bei der Verwaltung von Verträgen und Dokumenten,“ bestätigt er die Auszeichnung.



Die 1876 gegründete **Henkel AG & Co. KGaA** hält mit bekannten Marken wie Persil, Schwarzkopf oder Loctite global führende Marktpositionen im Konsumenten- und im Industriegeschäft.

Das Unternehmen hat seinen Sitz in Düsseldorf. Von mehr als 47.000 Mitarbeitern sind über 80 Prozent außerhalb Deutschlands tätig. Damit ist Henkel eines der am stärksten international ausgerichteten Unternehmen in Deutschland. Henkel ist weltweit mit führenden Marken und Technologien in den drei Geschäftsfeldern Laundry & Home Care, Beauty Care und Adhesive Technologies tätig.

www.henkel.com

NETsite im Einsatz bei Telefónica Germany

Telefónica Germany, damals noch Viag Interkom, war im Jahr 2000 Entwicklungspartner für die Netzwerkplanungslösung NETsite und hat diese für den Aufbau und die permanente Erweiterung des Mobilfunk-Netzes im Einsatz.

Die Entscheidung für NETsite

Ausgangspunkt war 2000 eine Vielzahl von Access Applikationen und Excel Anwendungen, die in diesem Bereich eingesetzt wurden: Insgesamt 13 Access Applikationen, die größtenteils noch je Region unterschiedlich waren, so dass etwa fünfzig Einzeldatenbanken vorhanden waren.

Auswertungen über den aktuellen Aufbauprojektstand waren nur mit sehr hohem manuellen Aufwand möglich. Hierzu wurden die Daten in nächtlichen Replikations- und Kopierjobs zusammengetragen und dann halbmanuell verdichtet. Detailliertere Auswertungen waren nicht möglich. Aufgrund der unterschiedlichen Applikationen in verschiedenen Regionen differierten die Prozesse dort, so dass eine zentrale Koordination und Steuerung sowie eine Kostenkontrolle nicht möglich waren. Die Daten konnten manuell/halbmanuell direkt in den Datenbanken geändert werden, daher waren Daten teilweise inkonsistent und wurden nur teilweise gepflegt. Die Akzeptanz der Anwendungen war sehr schlecht. Innerhalb von nur sechs Monaten wurde NETsite eingeführt. Auch die Datenmigration verlief reibungslos: an nur einem Wochenende wurden alle bisherigen Datenbanken in die NETsite Datenbank migriert, so dass am folgenden Montag die Arbeit mit NETsite beginnen konnte.

NETsite unterstützt das Network Lifecycle Management

Die Module von NETsite unterstützen Planung, Aufbau, Dokumentation und Betrieb des Mobilfunknetzes, angefangen beim ersten Design (RF) über Site Akquisition, Site Aufbau, der Installation von Antennen, Leased Lines und Microwave Links bis hin zur Verwaltung von Zugangsinformationen, Alarmen und Troubles. NETsite unterstützt die gesamte Projektverfolgung und Projektsteuerung für alle Prozesse im Zusam-



menhang mit den Mobilfunkstandorten. Die einzelnen Fachabteilungen wie Funknetzplanung, Festnetzplanung, Akquisition, Liegenschaften, Bau, Betrieb und Optimierung arbeiten mit den unterschiedlichen NETsite Modulen um die Netzplanung für Netzwerkausbau, Aufbau, Abbau oder Erweiterung durchzuführen.

Exkurs: NETsite fixed im Einsatz bei HanseNet

Beim Festnetz-Betreiber HanseNet Telekommunikation GmbH, der heute zu Telefónica Germany gehört und durch seinen Produktnamen Alice bekannt ist, fiel 2007 die Entscheidung auf NETsite als Netzwerkplanungssystem. Im Februar 2008 wurde mit der Implementierung begonnen. NETsite wurde als Master der Standorte definiert und das gesamte Projekttracking erfolgte weitestgehend über NETsite. 2009 wurde eine neue Standort-Nummerierung notwendig, um die gestiegene Anzahl an Standorten verwalten zu können. Die Standortdatenbank wird gezielt für die Projekt- und Prozesssteuerung eingesetzt. NETsite unterliegt einem

kontinuierlichen Verbesserungsprozess und begegnet so neu aufkommenden Anforderungen im DSL-Bereich von Telefónica Germany.

2010 wurden in einem Zwischenrelease die bestehenden Funktionalitäten auf Grundlage der Anwenderanforderungen weiter optimiert. Im Frühjahr 2010

„Mit NETsite decken wir alle Anforderungen des Netzwerkmanagements ab und erhalten Transparenz über alle Standorte in unserem Netz.“

Klaus Schweitzer

nutzen 300 Anwender in Hamburg NETsite fixed. Insgesamt werden über 15.000 Standorte mit ungefähr 20.000 Betriebsorten verwaltet. Es werden umfangreiche Netz-/Kundenprojekte mit etwa 1.000 Maßnahmen und über 100 Templates überwacht. Telefónica Germany ist auf Expansions-Kurs und setzt die NETsite-Module umfangreich für die Verwaltung seines Fixed-Geschäftes ein.

Alles unter einem Dach: NETsite mobile und NETsite fixed bei der Telefónica Germany

Anfang 2010 übernahm die Telefónica Germany alle Geschäftsanteile der HanseNet Telekommunikation GmbH. Damit ist erstmals die gesamte Produktpalette von NETsite mobile und NETsite fixed gemeinsam in einem Unternehmen installiert.



Klaus Schweitzer

ist Database Manager Real Estate and Energy bei Telefónica Germany GmbH & Co. OHG. Er ist seit 1999 im Unternehmen tätig und begleitet seit 2005, damals noch bei Viag Interkom, das NETsite Projekt.





Die Zusammenführung der Firmen stellte natürlich auch für The Quality Group als Anbieter von NETsite eine fachlich spannende Herausforderung dar:

- Die Standorte zweier Unternehmen müssen zusammengeführt werden.
- Es ist eine Zusammenführung von zwei komplexen Datenbanken zu einer gemeinsamen Datenbasis erfolgt.
- Redundante Datenbestände müssen eliminiert werden.
- Aus den kundenspezifisch angepassten Mobile- und Fixed-Modulen wird eine einheitliche, gemeinsame NETsite-Applikation konfiguriert, welche eine Gesamtsicht auf das Mobile- und Festnetz der Telefónica bietet.

Diese und weitere Anforderungen wurden im Frühjahr 2011 gemeinsam mit dem Kunden analysiert und spezifiziert. Bereits nach sechs Monaten konnte im Herbst 2011 die Zusammenführung von Datenbank und NETsite-Client erfolgreich ausgerollt werden.

Fakten über den Einsatz von NETsite

Ein umfangreiches Reporting gibt jederzeit einen detaillierten Überblick zum Stand der Projekte. Auswertungen und Checklisten liefern kurzfristige Informationen bezüglich Terminen wie Wartungsterminen, Gewährleistungsfristen oder fällige Baugenehmigungen. Jederzeit kann auf Standortebene der Status und Zeitverlauf der Projekte reported werden.

Schnittstellen zu SAP-System, Antennenberechnung/Funknetzplanung (ATOLL), Richtfunkplanung, Anbindungsplanung, Leased Line Planung, Trouble-Ticket System, Inventory System und CRM stellen sicher, dass Informationen in einem heterogenen Umfeld prozessunterstützend automatisch ausgetauscht werden. NETsite liefert in diesem Umfeld die Informationen für die angeschlossenen Applikationen und ermöglicht die Verwendung von schon vorhandenen Informationen aus der Funknetzplanungsanwendung.

Für die regelmäßige automatisierte Auslösung und Abwicklung von Zahlungen,

wie z. B. Mieten oder Stromkosten, ist eine Schnittstelle zu SAP Finance vorhanden. Alle relevanten Zahlungsinformationen werden in monatlichen Zahlungsläufen automatisch übergeben. Es werden derzeit über 38.000 Zahlungen im NETsite verwaltet.

NETsite verwaltet mehrere 10.000 Mobilfunk- und Festnetzstandorte. Derzeit werden umfangreiche Erweiterungen der Projektverfolgung und Projektüberwachung für den Rollout und Betrieb der LTE-Technologie implementiert.

Auf die Datenbank greifen über 1.100 Benutzer zu. Die Performance, somit Zugriff, Geschwindigkeit und Antwortverhalten, wurde im Zusammenhang mit der Zusammenführung in einer zentralen Datenbank ausführlich untersucht und ist in allen Bereichen von den Mitarbeitern als gut bewertet worden.

Umfangreiche Auswertungen auf der Basis von Business Tools liefern alle Reports, die für die Strafverfolgung, Projektcontrolling, Projektmanagement, Kostenbewertung und für Standort- sowie Netzelement-Informationen benötigt werden.

Telefónica | O₂

Telefónica Germany GmbH & Co.

OHG gehört mit seiner Produktmarke O2 zu Telefónica Europe und ist Teil des spanischen Telekommunikationskonzerns Telefónica S.A. Das Unternehmen bietet seinen Privat- wie Geschäftskunden in Deutschland Post- und Prepaid-Mobilfunkprodukte sowie innovative mobile Datendienste auf Basis der GPRS-, UMTS- und LTE-Technologie an.

Darüber hinaus stellt das Unternehmen als integrierter Kommunikationsanbieter auch DSL-Festnetztelefonie und Highspeed-Internet zur Verfügung. Telefónica Europe hat mehr als 105 Millionen Mobil- und Festnetzkunden in Spanien, Großbritannien, Irland, der Tschechischen Republik, der Slowakei und Deutschland.

www.telefonica.de

Kontaktmanagement – stärkt Kollaboration und Harmonisierung

Kontaktverwaltung ist sichtbare Compliance! Mehrere Kontaktdatenquellen, verschiedene Schreibweisen, doppelte Datenpflege. Wer kennt das nicht?

„Wir integrieren unsere Lösung nicht, weil die Stammdaten, sprich die Kontakte, in der anderen Lösung schlechter sind als unsere eigenen“ – so ein Anwender, der aus seinen SAP-Systemen die Kontaktdaten abgleichen sollte. Dort waren Debitoren und Kreditoren ausreichend gut gepflegt. Jedoch für die Rechtsabteilung oder das Management reichte der Datensumpf an Kontakten und Adressdaten nur ungenügend aus.

Damit ist jetzt Schluss: LCM Kontaktdaten als erweitertes Modul der Enterprise Information Management Lösung schließt die unzureichenden Lücken zu sicheren und 100 % korrekten Adressdaten und Kontakten. Aufgesetzt auf die bewährten Module Integration Gateway (IG) und Masterdatenmanagement (MDM) werden unterschiedliche Systeme und deren Stammdaten harmonisiert. Anschließend werden die gesammelten Informationen in den Fachapplikationen wie Vertragsmanagement, Aktenverwaltung oder Risiko-

und Compliance Management für die Auswahl von Anschreiben, Verantwortlichkeiten oder Mailings bereitgestellt. Häufig verwendete Kontakte werden in einer personalisierten Liste gesammelt. Diese kann dann nach den Ansprüchen der Fachbereiche individuell angepasst werden, um so dem Dilemma auszuweichen, dass involvierte Personen nicht immer aus den organisatorischen Strukturen ableitbar sind. Einfach, aber wirkungsvoll!

Dabei hilft der Ansatz, aus den vorhandenen Investitionen und Systemlandschaften über standardisierte Technologien für die Fachabteilung einen Mehrwert zu schaffen. Zertifizierte Integrationsstandards, wie an SAP oder

andere ERP-Systeme, sorgen dafür, den Fachbereichen die notwendigen Informationen sicher und jederzeit zur Verfügung zu stellen. Notwendig dazu ist, dass die IT-Bereiche in den Unter-

LCM Kontaktdaten zeigt, wie der Mehrwert auf Anwenderseite den minimalen Aufwand der IT in den Hintergrund treten lässt!

nehmen sich mit den Fachabteilungen für deren beste Lösungsansätze begeistern und mit dem IT-Background die „Servicewüste“ Schnittstellen begrünt. Anwendernutzen contra Schnittstellen: das Modul LCM Kontaktdaten zeigt beeindruckend, wie der Mehrwert auf Anwenderseite den minimalen Aufwand im IT-Bereich in den Hintergrund treten lässt. Profitieren werden Sie als Anwender in jedem Fall, denn sichtbar stabile Compliance fängt schon in der korrekten Ansprache an!



Drei Fragen an...

...Markus Heisler Photographer



Redaktion: Haben Sie einen Lieblingskünstler und wer oder was inspiriert Sie bei Ihrer Arbeit?

Heisler: Oh ja, den gibt es! Und zwar neidlos: meine Favorit ist der Fotograf Oscar Falk. Er ist zwar auf den Bereich Mode/Beauty spezialisiert, aber genau das macht er dann so perfekt, leicht und ehrlich, ohne die Effekt-Hascherei vieler Kollegen. Ich denke, es ist immer die Art des Fotografen, wie er die Welt sieht und dies dann mit seiner eigenen Ästhetik umsetzt. Auch die Werkzeuge, z. B. das Licht, egal ob Blitz beim Fotografieren oder Dauerlicht beim Filmen, sollten bewusst eingesetzt werden. Weniger ist meist mehr, denn es gibt auch nur eine Sonne – und genau das sehe ich in den Bildern des Kollegen!

Redaktion: Fotosession bei der TQG contra Modelshooting – was kostet Sie mehr Nerven?

Heisler:[lacht] Also ich denke, dass generell mich und meine Kunden die Shootings keine Nerven kosten und kosten sollten, denn ich liebe es mit Menschen zusammenzuarbeiten und sie zu fotografieren. Ob das jetzt die sogenannten „Models“ sind, oder Kunden, die für Shootings speziell Models buchen, die ich fotografiere, oder ob es einfach die wirklich realen Personen des eigenen Unternehmens sind spielt letztendlich keine Rolle. Ich finde es wichtig, die Ausstrahlung einzufangen, d. h. eine Bildaussage zu kreieren, die eben genau für eine gewünschte Aussenwirkung steht und den entsprechenden Inhalt transportiert.

Redaktion: Die fortschreitende (digitale) Technik – Segen oder Fluch für die Kunst des Fotografierens?

Heisler: Da ich die Fotografie vor gut 20 Jahren ganz klassisch als Ausbildungsberuf gelernt habe, kenne ich beide Medien, analog sowie digital, sehr gut. Damals, als die Digitalfotografie gerade aufkam, dachte ich schon durchweg positiv darüber, denn z. B. die Chemikalien bei der analogen Fotografie für die negativ/positiv Entwicklung fallen weg (Thema Umwelt). Aber jetzt mal pragmatisch: Der entscheidende Vorteil der digitalen Fotografie liegt für mich ganz einfach darin, dass meine Auftraggeber und ich, sofort das Ergebnis sehen können und vor allem liegt es auch schon für die spätere Weiterverarbeitung entsprechend in Hochauflösung vor.

Fotos von Markus Heisler finden Sie auch hier in diesem Magazin.

Zur Person

Markus Heisler begann die Ausbildung zum Fotografen nach Abitur und Zivildienst.

Nach einem kurzen Aufenthalt in Berlin, während diesem er sich künstlerisch weiter ausprobierte, kehrte er wieder in die Heimat zurück und arbeitet nun von dort aus für kleine und mittelständische Unternehmen als Kreativ-Dienstleister im Bereich Fotografie und Film sowie Grafik und Design. Ab und An lässt er sich Ausflüge in die schillernde Modewelt nicht nehmen und hat sogar aus dieser Leidenschaft heraus ein kleines z. Zt. noch regionales fashion-magazine ins Leben gerufen.

www.splush-magazin.de

LCM Banking. Effektiver Mehrwert zu Ihrem Beteiligungsmanagement.

Integratives, fachbereichsübergreifendes Vertragsmanagement stellt eine mehrwertgenerierende Ergänzung zu Ihrem Beteiligungsmanagement dar. Um strategische und operative Entscheidungen innerhalb Ihres Vertragsgeflechtes und in Ihrem Prozessablauf treffen zu können, ist es unerlässlich, sämtliche Vertragsinhalte, dazugehörige Dokumente und zeitliche wie inhaltliche Bedingungen aller Verträge jederzeit, an jedem Ort für die entsprechenden Personen verfügbar zu halten. Kreieren Sie effiziente Organisationshilfen zur Prozessgestaltung, damit Sie in Sachen Revisionsicherheit und Vertragsrisiken die Nase vorn haben. LCM Banking liefert maximale Transparenz über das Vertragsgeflecht Ihrer Beteiligungen!



The Quality Group GmbH
Konrad-Zuse-Platz 1
71034 Böblingen
Deutschland

Telefon: +49 7031 306974-100
Fax: +49 7031 306974-199
Web: www.tqg.de
E-Mail: info@tqg.de

„Mobile Geräte? Her damit!“

Die Konsumerisierung der Unternehmensmobilität – Bring Your Own Device (BYOD)

Was ist „Konsumerisierung“?

Mit „Konsumerisierung“ wird ein Trend bezeichnet, bei dem Mitarbeiter eigene Geräte und Consumer-Anwendungen für berufliche Zwecke nutzen. Dazu gehören Smartphones, Pad- und Tablet-PCs mit den jeweiligen privaten Datentarifen. Die Konsumerisierung spielt eine große Rolle dabei, wie die IT-

Abteilung in Unternehmen Endpunkte und Firmendaten schützt.

Dieser Trend hat in kurzer Zeit zu einer veränderten Arbeitsweise bei Mitarbeitern und in Unternehmen geführt.

Auch wenn nicht alle IT-Manager

in diesem Zusammenhang den Begriff „Konsumerisierung“ verwenden, haben doch die meisten bereits Erfahrungen mit diesem neuen Trend gemacht. Aufgrund der Auswirkungen einer derart weit verbreiteten Nutzung von privaten Geräten am Arbeitsplatz sind IT-Experten gezwungen, ihre Denkweisen und

Praktiken radikal zu überdenken.

Viele Anwender können heute von zuhause aus auf leistungsstarke Computersysteme und High-Speed-Internet zugreifen. Technologie spielt eine immer wichtigere Rolle im Privatleben der Menschen. Mitarbeiter haben sich daher an die Leistung und Annehmlichkeiten von Web 2.0-Anwendungen, den flexib-

Mit Konsumerisierung wird ein Trend bezeichnet, bei dem Mitarbeiter eigene Geräte für berufliche Zwecke nutzen.

len Datenaustausch mit cloudbasiertem Speicher, Webmail sowie die omnipräsente Internetverbindung gewöhnt. Mit der Flut leistungsstarker, privater mobiler Geräte vollzieht sich ein tiefgreifender Wandel in der Landschaft der Client-Computing-Geräte und beim Zugriff auf Unternehmensdaten.

Der vom Unternehmen zur Verfügung gestellte Laptop ist längst nicht mehr das A und O. Vielmehr nutzen Mitarbeiter Smartphones, mobile Geräte und Tablet-PCs, mit denen sie auf das Unternehmens-CRM zugreifen, um private und geschäftliche E-Mails zu lesen, und speichern Unternehmensdaten auf privaten Laptops oder Netbooks.

Im Zuge der Konsumerisierung erlauben mittlerweile viele Firmen ihren Mitarbeitern die Verwendung privater Geräte nach dem BYOD-Modell (Bring Your Own Device).

In einer Umfrage von Computerworld vom September 2010 gaben 75 % aller Unternehmen an, dass sie bereits private mobile Geräte von

Mitarbeitern unterstützen.

Was ist BYOD?

Erste Anzeichen dafür, dass Unternehmen die Konsumerisierung ihrer IT akzeptieren, sind „Bring Your Own Device“-Programme. Im Rahmen solcher Programme wird der Gebrauch privater Geräte nicht einfach nur toleriert, sondern aktiv von Unternehmen gefördert und unterstützt.

Wenn Mitarbeiter bei der Wahl von Geräten freie Hand haben und Unternehmen diese bezuschussen, sind alle zufrieden. Die Mitarbeiter erhalten Geräte, die sie auch privat nutzen dürfen, und die IT-Abteilung kann die Kosten für die Hardware und laufende Gebühren ganz oder teilweise an die

Gut zu wissen

Bring Your Own Device (BYOD) ist eine Organisationsrichtlinie, die regeln soll, auf welche Weise Mitglieder ihre eigenen elektronischen Bürogeräte (Smartphones, Notebooks, Tablets) zu dienstlichen Zwecken nutzen dürfen, insbesondere für den Zugriff auf Netzwerkdienste und das Verarbeiten und Speichern organisationsinterner Daten. BYOD soll den Nutzern eine größere Wahlfreiheit bringen und der Organisation eine bessere Orientierung an persönlichen Bedürfnissen ermöglichen.

Mitarbeiter übertragen. Zum einen sind nun die Mitarbeiter zufrieden, weil sie das Gerät ihrer Wahl flexibel und ortsunabhängig nutzen können. Zum anderen profitiert der Arbeitgeber von einer höheren Mitarbeiterproduktivität und -zufriedenheit. Der BYOD-Trend wird zudem durch andere Trends weiter gestärkt. Beispielsweise werden heutzutage mehr Smartphones als herkömmliche PCs verkauft. Mitarbeiter der Generation X fordern und erwarten den zeitlich und örtlich uneingeschränkten Zugriff auf Informationen, und immer mehr Privatanwender erwarten, dass sie ihr privates Smartphone auch am Arbeitsplatz nutzen können.



In einer aktuellen, von Trend Micro durchgeführten Umfrage gaben 45 % der befragten Privatanwender an, ihr privates Smartphone auch für berufliche Zwecke nutzen zu wollen.

Welche Vorteile bringt die Konsumerisierung für Ihr Unternehmen?

Die Vorteile, die Unternehmen aus der Ausweitung von Unternehmensdaten und -anwendungen auf mobile Mitarbeiter ziehen, sind bereits deutlich:

- Die Konsumerisierung macht externe Mitarbeiter produktiver.
- Sie führt zu mehr Kundenzufriedenheit.
- Sie stärkt die Mitarbeiterbindung.
- Sie kann zu Einsparungen der IT-Kosten bei Betrieb, Hardware und Softwarelizenzen führen.

Aktuelle Studien zeigen, dass fast die Hälfte der US-amerikanischen Angestellten bereits jetzt mehr als 20 % ihrer Arbeitszeit mobil und fernab des eigentlichen Arbeitsplatzes verbringen. Einem aktuellen NetworkWorld.com-Artikel zufolge fand Jenny Englert, eine leitende Kognitions-technikerin bei Xerox, in einer Studie heraus, „dass mobile Mitarbeiter etwa 80 % des Arbeitstages außerhalb des Büros verbringen.“ Die mobilen Mitarbeiter lassen sich unterteilen in Geschäftsreisen-

de, Außendienstmitarbeiter, so genannte „Day Extender“ – also Mitarbeiter, die bereits vor Arbeitsbeginn E-Mails von zuhause aus abrufen – Telemitarbeiter und sonstige Wissensarbeiter.

Man kann vermutlich sagen, dass die meisten Angestellten bereits gelegentlich mobile Mitarbeiter sind, da die traditionelle Vorstellung von „dem Büro“ mittlerweile auch private Räumlichkeiten, Hotels, Konferenzzentren, Flughäfen, Flugzeuge, Züge und zahlreiche andere Schauplätze wie Cafés und Einkaufszentren beinhaltet.

Die Wettbewerbsfähigkeit eines Unternehmens hängt zunehmend davon ab, mobile Mitarbeiter zu unterstützen, sodass sie überall produktiv sein und in angemessener Zeit auf die Forderungen des Markts reagieren können.

Die Konsumerisierung kann außerdem zu Einsparungen bei Betriebs-, Hardware- und Softwarelizenzkosten führen. Laut dem CIO-Magazin Avago konnte ein Halbleiterhersteller, der seine Angestellten auf Google Apps umstellte, 1,6 Millionen US-Dollar pro Jahr einsparen. Im Vereinigten Königreich gab das Bauunternehmen Taylor Woodrow bald nach dem Wechsel von Exchange zu Gmail Einsparungen in Höhe von 2 Millionen US-Dollar bekannt.

Wie kann die IT-Abteilung die mobilen Geräte von Mitarbeitern verwalten und sichern?

Die IT-Abteilungen in konsumersierten Umgebungen stehen vor einer Reihe von Herausforderungen. In erster Linie geht es darum, Transparenz und ein gewisses Maß an Kontrolle über die Fülle an privaten Geräten zu schaffen.

Verwaltung von privaten Geräten

In diesem Fall hat die Verwaltung gleich zwei Aufgaben. Zum einen geht es darum, den Anwendern ein reibungsloses und unkompliziertes Anwendererlebnis zu gewährleisten, um maximale Motivation und Produktivität zu fördern. Zum anderen sollen durch eine gewisse Kontrolle privater Geräte die Sicherheitsrisiken minimiert werden. Ein gut verwaltetes Gerät ist in den meisten Fällen ein sichereres Gerät.

Risiken für vertrauliche Unternehmensdaten auf privaten Geräten

Es gibt zahlreiche Wege, wie sensible Unternehmensdaten an unbefugte Dritte gelangen können. Jedes Jahr gehen Millionen von Mobiltelefonen und Laptops verloren oder werden gestohlen. Auf diesen Geräten gespeicherte sensible Daten können in die falschen Hände geraten. Je nach Art dieser Daten

muss den Behörden ein Datenverlust gemeldet werden, der Kosten in Höhe von bis zu 50.000 US-Dollar (ca. 35.000 Euro) pro Gerät und Rufschädigung nach sich ziehen kann.

Verlust sensibler Unternehmensdaten durch Consumer-Anwendungen

Da Mitarbeiter dieselben Geräte für private und arbeitsbezogene Aufgaben nutzen, können vertrauliche Daten schnell vom Gerät über Webmail, Instant Messaging oder andere unternehmensfremde Kommunikationskanäle übertragen werden – ob nun beabsichtigt oder nicht.

Einführung schädlicher Daten oder Software

Malware kann auf den unterschiedlichsten Wegen in ein Unternehmensnetzwerk eingeschleust werden. Es genügt schon, ohne ausreichenden Schutz vor Internetbedrohungen oder in einer ungeschützten Umgebung mit einem privaten Gerät im Internet zu surfen.

Als weltweit führender Anbieter im Bereich Cloud-Sicherheit mit über 20 Jahren Erfahrung bietet Trend Micro Lösungen zum Schutz mobiler Geräte an. Trend Micro ermöglicht Unternehmen und Endanwendern den sicheren Austausch digitaler Informationen. Als Pionier im Bereich Serversicherheitslösungen bietet Trend Micro client-, server- und cloudbasierte Sicherheitslösungen der Spitzenklasse, die die Anforderungen der Kunden erfüllen. Die Lösungen wehren Bedrohungen schneller ab und schützen Daten in physischen, virtualisierten und cloudbasierten Umgebungen.

Mit der Unterstützung des Trend Micro™ Smart Protection Network™ – der branchenführenden, cloudbasierten Sicherheitstechnologie – und über 1.000 Bedrohungsexperten weltweit stoppen diese Produkte und Services Bedrohungen dort, wo sie entstehen: im Internet. Das Smart Protection Network bietet intelligentere Sicherheit als herkömmliche Lösungen. Es stoppt die neuesten Bedrohungen, bevor die Bedrohungen Sie stoppen. Durch den Einsatz von Cloud-Computing in vielen Lösungen und Services von Trend Micro bietet



das Smart Protection Network eine robustere Cloud-Architektur, die Ihr Computernetzwerk und Ihre Unternehmensdaten noch besser schützt, da der zeitliche Aufwand für den Download von Signaturen reduziert wird. Das Know-how von mawa-solutions und Trend Micro beim Schutz von Unternehmensumgebungen hilft Ihnen, die Herausforderungen der Konsumerisierung souverän zu meistern.

Unternehmensautorität und Privatsphäre von Mitarbeitern

Eine potenzielle Hürde wird jedoch häufig übersehen. Wenn ein Mitarbeiter ein privates Gerät auch beruflich nutzt, können unerwartete Konflikte auftreten. Auf der einen Seite benötigt die IT-Abteilung des Unternehmens eine gewisse Kontrolle über die mobilen Geräte, um die Unternehmensnetzwerke zu schützen, auf die diese Geräte zugreifen. Auf der anderen Seite wollen Mitarbeiter auf keinen Fall ihre privaten Daten offenlegen.

Zwei aktuelle Umfragen von Trend Micro geben Einblick in die

Mit freundlicher Genehmigung
von Trend Micro, www.trendmicro.de





unterschiedlichen Anforderungen beider Seiten, die einander potenziell widersprechen und die Konsumerisierung erschweren können. Auf die Frage von Trend Micro gab eine eindeutige Mehrheit (91 %) von Mitarbeitern an, dass sie nicht bereit sind, ihrem Arbeitgeber für den Zugriff auf Unternehmensdaten die Kontrolle über ihre privaten Geräte zu überlassen. In der anderen Umfrage gaben fast 80 % der Unternehmen an,

dass sie die Berechtigung zur Installation von Verwaltungstools auf den mobilen Geräten und die Kontrolle über diese Geräte benötigen.

Anderen Umfragen zufolge ist eine große Anzahl von IT-Managern der Meinung, dass Unternehmen in der Lage sein müssen, Informationen von sämtlichen (d. h. auch

privaten) Geräten

zu löschen, mit denen eine Verbindung zum Unternehmensnetzwerk hergestellt werden kann. Mitarbeiter sind also der Meinung, dass ihre persönlichen Daten vor einem Eingriff durch das Unternehmen geschützt bleiben sollten. IT-Experten dagegen

vertreten die Ansicht, dass sie umfassende Kontrolle über Geräte benötigen, die mit den Rechnern und Daten des Unternehmens in Kontakt treten. Wie lassen sich die Bedenken beider Seiten am besten ausräumen?

In einem aktuellen Bericht empfiehlt Cesare Galati von Trend Micro, „eine gut durchdachte Strategie für die Konsumerisierung sowie einen organisationsübergreifenden Plan zu entwickeln. Die IT-Abteilung kann dies nicht isoliert vom Rest des Unternehmens leisten und sollte Führungskräfte aus Marketing, Vertrieb, Personalwesen und Produktentwicklung sowie Kunden, Partner und interne Mitarbeiter, die eine Vorreiterrolle einnehmen, mit einbinden.“

„Beim Planen der Übernahme neuer Consumer-Technologien sollten IT-Manager die versiertesten Anwender

befragen, um herauszufinden, welche Geräte und Anwendungen bevorzugt werden und bei den täglichen Arbeitsabläufen am hilfreichsten sind. Auf diese Weise kann die IT-Abteilung von den Erfahrungen der Anwender profitieren, statt ihnen Ansichten aufzuzwingen.“

„In einem zweiten Schritt sollten Sie strikte Richtlinien entwickeln, die eindeutig festlegen, welche Geräte und Anwendungen als Unternehmensstandard (also vollständig unterstützt), als lediglich toleriert (gemeinsam mit dem Anwender unterstützt) oder als nicht unterstützt (vollständige Haftung durch den Anwender) gelten. Darüber hinaus stuft die IT-Abteilung die Mitarbeiter mithilfe relevanter Attribute wie Rolle, Geschäftsbereich und Standort ein. Dann werden die Technologien den einzelnen Anwenderprofilen zugewiesen und SLAs für die jeweiligen Schnittmengen erstellt.“

Die Mobilisierung der Unternehmens-IT ist eine unaufhaltsame Bewegung, die innovative Lösungen erfordert.

„Im letzten Schritt müssen entsprechende IT-Tools, die speziell für den Schutz und die Verwaltung der Consumer-Technologie entwickelt wurden, unternehmensweit eingesetzt werden. Zwar haben sich in bestimmten Produktsegmenten bereits einige Lösungen herauskristallisiert, doch kann kein einzelner Anbieter eine Lösung anbieten, die sämtliche funktionalen Anforderungen über alle Plattformen hinweg abdeckt.“

Fazit

Die Konsumerisierung und Mobilisierung der Unternehmens-IT ist eine reale, unumkehrbare und unaufhaltsame Bewegung, die sofortige Aufmerksamkeit und innovative Lösungen erfordert. Damit Endpunkte auch bei steigendem Risiko von Datenverlusten sicher bleiben, müssen IT-Abteilungen bei der Entwicklung von Richtlinien

flexibel bleiben und Mitarbeiter aus allen Bereichen des Unternehmens hinzuziehen. Nur so können Mitarbeiter davon überzeugt werden, ihre privaten mobilen Geräte am Arbeitsplatz zu verwenden, ohne den Verlust der Kontrolle befürchten zu müssen.

Mit der richtigen Anleitung und mit Unterstützung durch passende Tools und Richtlinien sind die Vorteile der Konsumerisierung für alle Beteiligten enorm:

- Mitarbeiter können mit einem Gerät ihrer Wahl arbeiten, wann und wo sie am produktivsten sind.
- Die IT-Abteilung muss sich nicht um Geräteunterstützung kümmern, wird bei der Regeleinhaltung unterstützt und kann sich auf strategischere Sicherheitsziele konzentrieren.
- Die Geschäftsleitung profitiert von zufriedeneren und produktiveren Mitarbeitern und einem Wettbewerbsvorteil gegenüber der Konkurrenz, die noch herauszufinden versucht, wie sich das Unaufhaltsame eindämmen lässt.

mawa-solutions GmbH bietet Lösungen für die zahlreichen kritischen Herausforderungen in konsumersierten und mobilisierten Unternehmensumgebungen, mit

denen Unternehmen die Vorteile der Konsumerisierung ihrer IT voll und ganz ausschöpfen können. Sprechen Sie mit uns, nicht dass bei Ihnen BYOD die Abkürzung für Build Your Own Disaster wird.

mawa
solutions

Die **mawa-solutions GmbH** ist ein dynamisches, junges Unternehmen mit einem Fokus auf IT-Lösungen. Unser Wissen und unsere Erfahrungen in den Feldern Prozessoptimierung, Service Management, Change Management, Security, als auch in den Bereichen Konzeption, Planung und Implementierung komplexer IT-Lösungen, ist die Basis für unsere Kundenbeziehungen.

www.mawa-solutions.com

easySearch – Sicherheit in der Dokumenten- ablage war noch nie so einfach!

Google-Suche ist in – im Business ist Sicherheit und Übersichtlichkeit gefragt. Ohne Kompromisse! Ein Modul aus der Ideenschmiede von TQG macht es möglich. Der Anspruch ist: 100 % Wiederauffindbarkeit und mindestens 40 % Zeiteinsparung bei der Dokumentenrecherche. Das Ergebnis sehen Sie hier.

Die Sicherheit der Daten und Dokumente, die Schnelligkeit beim Recherchieren und Analysieren, aber vor allem der transparente Informationsfluss sind ein Gradmesser für die Optimierung von Informationsprozessen im Unternehmen. Auch die Einhaltung von Compliance baut im wesentlichen auf diese Elemente auf. Man könnte

meinen, alles easy. Ist es nicht, denn praktisch sind leider gerade in den administrativen Prozessen und Vorgängen die Risikobetrachtung und das damit verbundene Risikobewußtsein nicht ausreichend ausgeprägt. Vor wenigen Monaten hat eine Stadtverwaltung in Norddeutschland einen Müllverbrennungsvertrag für zwei Jahre abgeschlos-

sen. Doppelt, wie sich kurz danach herausstellte. Denn der aktuelle Vertrag war einfach nicht auffindbar. Man suchte danach den schuldigen Mitarbeiter. Der Schaden: Ein sechsstelliger Eurobetrag pro Jahr! Das muss nicht sein. Ein modernes Vertragsmanagement mit einer integrierten Akten-, Dokumenten- und Prozessverwaltung schafft dafür die perfekte Lösung. Aber warum stellen dann Analytiker immer noch fest, dass über 80 % aller Verträge in unstrukturierter Form vorliegen. Also im Schrank! Oder dass über 40 % aller Zeitaufwendungen in der Administration mit Suche und Recherche nach Dokumenten vergeudet wird?

Die ersten Schritte sind mit einer oben genannten Lösung gemacht. Das reicht aber nicht aus. Das Modul LCM easySearch kommt auf allen Komponenten von Akten, Verträgen, Dokumenten, Prozessen, Kontakten, Terminen und Workflows zum Einsatz. Ein kleines Feld mit großer Wirkung! Die objektübergreifende Suche über mehrere Felder, inklusive Dokumentenvolltext, ist so einfach wie Google. Baut aber speziell für die Anforderungen im Geschäftsleben auf einer eigens dafür verwendeten

Score	No.	Description
100	LCM-10218	Vereinbarung für Lieferung von Chars Infowave AG, Erlebad Bierbrauer, Jacques - Vertragsmanager; Bierbrauer, Jacques - Einkauf-/Verkaufs - verantwortlicher; Guenter, Mirg - Verhandlungspartner; Jakob, Uwe - Vertragsmanager; Linsen, Hermann - Risikobewertung/Controlling
100		Infowave AG
65	LCM-10171	SOffice Infowave, Wiesbaden Jakob, Uwe - Vertragsmanager
65	LCM-10214	Maintenance and Support Agreement Infowave Software Inc., Burnaby BC Bierbrauer, Jacques - Vertragsmanager; Bierbrauer, Jacques - Einkauf-/Verkaufs - verantwortlicher; Herzog, Christa - Risikobewertung/Controlling; Jakob, Uwe - Vertragsmanager; Klostermann, Sepp - Verhandlungspartner
65	LCM-10217	License, Maint. and Support Agreement Infowave Software Inc., Burnaby BC Bierbrauer, Jacques - Vertragsmanager; Bierbrauer, Jacques - Einkauf-/Verkaufs - verantwortlicher; Herzog, Christa - Risikobewertung/Controlling; Jakob, Uwe - Vertragsmanager; Klostermann, Sepp - Verhandlungspartner
65		Infowave
65		Infowave Software Inc.
57	10007/2009	Gebäudeversicherung Otto-Lilienthal Str.36 Abel Kommunikations AG, Oftringen Jakob, Uwe - Sachbearbeiter; Mastermann, Max - Informelle Beteiligung
57	1153	RFI - Request for Information
57	1156	RFI - Request for Information
57	1168	RFI - Request for Information
57	1169	RFI - Request for Information
57	1176	RFI - Request for Information
57		Gesellschaft für Kommunikations- und Informationsdienste mbH
57		KomTel Gesellschaft für Kommunikations- und Informationsdienste

Abbildung: LCM easySearch durchsucht alle Komponenten und listet die Ergebnisse nach Relevanz



Bibliothek auf und sucht damit noch effizienter. Dabei werden Inhalte in den Dokumenten genauso unter die Lupe genommen wie die Metadaten (beschreibende Felder für Vorgänge, Akten, Dokumente und Verträge) selbst. Die Alleinstellungsmerkmale dieser anwenderfreundlichen und strukturierten Suche sind:

- Objektübergreifende Suche über mehrere Felder (inklusive Dokumentenvolltext)
- Query Language (z. B. Verwendung von Schlüsselworten wie AND und OR)
- Konfigurierbares Toleranzlevel für eine unscharfe Suche
- Flexible Wortreihenfolge: die Suchbegriffe können vertauscht werden z. B., „Quality Group“ und „Group Quality“

- Strukturierte Ergebnisanzeige mit direkten Links zu den Informationsobjekten
- Personalisierte Darstellung der Ergebnisse

Egal ob Sie gerade in einem Vertragsfall, einem Prozessablauf, einer Akte oder bei der Dokumentensichtung sind: Ein schneller Klick, eine kurze Information eingeben und schon werden die gegebenenfalls jahrelang gesammelten Informationen schnell und sicher sichtbar. Nutzen Sie also die Zukunft, um die Historie im Griff zu haben!

Mehr Informationen finden Sie auf www.tgq.de



Compliance richtig implementieren

Das Beispiel Infitas Learning.



Immer mehr Gesetze erfordern die Einführung von Compliance in Unternehmen. Auch Infitas Learning sah sich durch die Präsenz im Vereinigten Königreich und die internationale Ausrichtung nach der Einführung des UK Bribery Act 2010 veranlasst, ein Compliance Management System (CMS) zu implementieren. Infitas Learning ist ein Anbieter von dynamischen Lehrmitteln und eines der führenden Unternehmen Europas im Bereich innovativer, unterhaltsamer Bildungsmedien und -dienstleistungen für Schüler, Auszubildende, Lehrer sowie Ausbilder. Für die Umsetzung und Einführung des CMS sowie einer unternehmensweiten Kommunikationskampagne in sechs Sprachen für die rund 1.400 Mitarbeiter in Europa und Nordamerika wurde digital spirit, der führende Compliance Dienstleister für Training, Kommunikation und weitere Services, beauftragt.

Analyse und Beratung

Den Compliance Prozess bei Infitas Learning leitete digital spirit mit einer Bestandsaufnahme ein, in der Status Quo und Anspruch des Unternehmens an die Compliance Organisation festgelegt wurde, denn nicht jedes Unternehmen verbindet dieselben Ziele mit Compliance. Darauf aufbauend evaluierte digital spirit die relevanten Compliance Risiken, die sich aus dem UK Bribery Act und der Guidance des Justizministeriums ergeben. Es wurde ein geeigneter Maßnahmenkatalog erarbeitet und den Anforderungen des Unternehmens entsprechend ein CMS empfohlen, das die wesentlichen Compliance Risiken reduziert.

Implementierung

Im ersten Schritt benannte der Vorstand von Infitas Learning einen Chief Compliance Officer (CCO), mit dem digital spirit gemeinsam ein Compliance Commitment als Teil der üblichen „Tone from the Top“-Strategie erarbeitete. Im Rahmen der initialen Risikoanalyse führte digital spirit Einzelinterviews mit Know-how- und Verantwortungsträgern durch. Aus den Ergebnissen wurden ein Code of Conduct sowie eine tieferegehende Antikorruptions-Richtlinie entwickelt. Bei der Umsetzung galt es, darauf zu achten, dass die Mitarbeiter Compliance für sich persönlich als nützlich akzeptieren. Denn konkrete Verhaltensvorgaben reduzieren die Unsicherheit und dienen so auch der eigenen Absicherung.

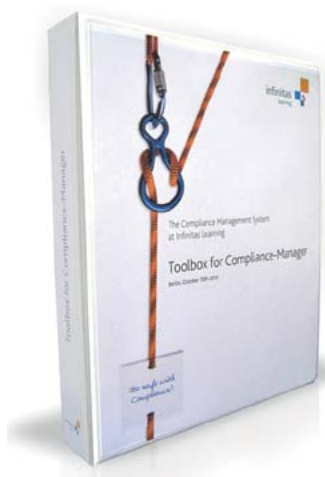
Compliance Organisation

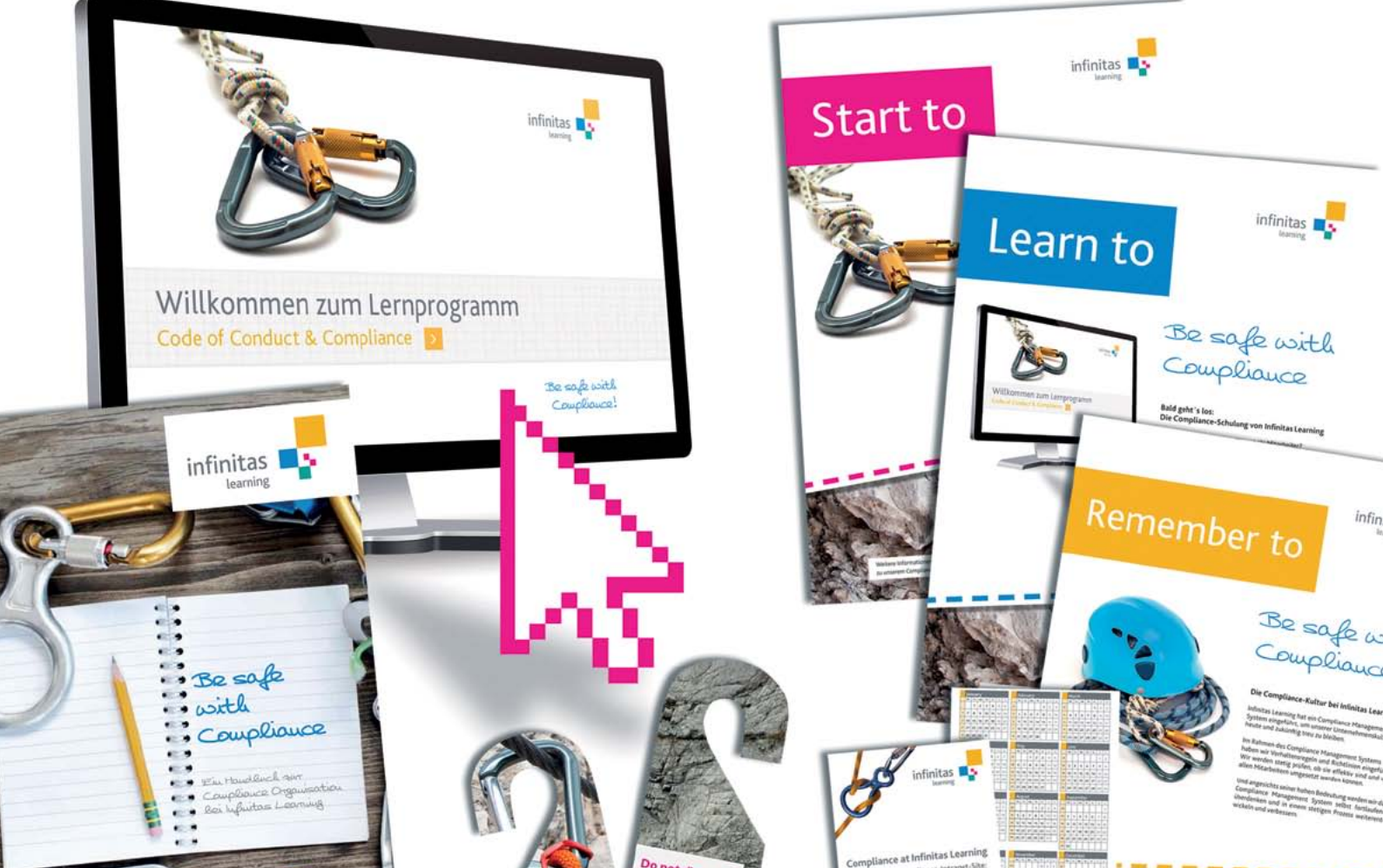
Parallel dazu erfolgte der Aufbau einer Compliance Organisation. Neben der Benennung des CCO, der direkt an den Vorstand berichtet, wurden in den jeweiligen Tochtergesellschaften Compliance Manager benannt. Diese sind neben den Vorgesetzten die lokalen Ansprechpartner für die Mitarbeiter, aber auch für Dienstleister und Kooperationspartner. Die Compliance Manager wurden in Präsenzveranstaltungen auf ihre Aufgabe vorbereitet. Für ihre Unterstützung im Arbeitsalltag erhielten sie eine Toolbox mit wichtigen Informationen rund um das CMS sowie Präsentations- und Reportvorlagen.

Compliance Kommunikation

Damit die neu geschaffene Compliance Struktur mitgetragen und ins alltägliche Arbeitsleben integriert werden kann, entwickelte digital spirit für Infitas Learning eine Awarenesskampagne. Sie informiert sowohl Mitarbeiter als auch Geschäftspartner über das Compliance Programm.

Als Kick-off-Maßnahme wurde allen Mitarbeitern zeitgleich per E-Mail ein Tone-from-the-top-Video des CEO und CCO in allen Landessprachen zugänglich gemacht. Zudem erhielt jeder Mitarbeiter eine Broschüre mit den wichtigsten Informationen aus dem Code of Conduct und der Antikorruptionsrichtlinie. Zusätzlich wurde die Einführung des CMS durch eine Posterkampagne sowie Compliance Türhänger unterstützt.





Ein weiterer Bestandteil der Kommunikationskampagne ist der Compliance Bereich im Firmenintranet. Hier wurden alle Informationen rund um das Thema Compliance hinterlegt. Weitere Features sind eine FAQ-Rubrik, die Kontaktdaten der Compliance Verantwortlichen sowie Informationen zum Whistleblowing. Geschäftspartner von Infinitas Learning und die Öffentlichkeit wurden per Informationsblatt mit allen wichtigen Fakten zu den neuen Compliance Richtlinien sowie Informationen auf der Website adressiert.

Compliance Training

Für eine nachhaltige Sensibilisierung und zum Aufbau von Wissen um korrektes Verhalten erhielten alle Mitarbeiter Zugang zu einem mehrsprachigen Web Based Training. Darin wurden die Inhalte des Code of Conduct vermittelt und durch ein weiteres kurzes Video des CCO das Commitment des Führungsgremiums zu Compliance kommuniziert. digital spirit übernahm den Roll-out des Lernprogramms auf

einer Lernplattform sowie das Tracking & Reporting.

Compliance als Daueraufgabe

Nach der Adressierung der wichtigsten Risiken aus dem UK Bribery Act in der „ersten Welle“ wird Compliance bei Infinitas Learning kontinuierlich weiterentwickelt. digital spirit unterstützt Infinitas Learning dabei, alle Compliance Maßnahmen regelmäßig auf Angemessenheit, Wirksamkeit und Nachhaltigkeit zu überprüfen. Durch ein Risiko-Monitoring werden neue Themenfelder und Zielgruppen identifiziert und weitere Kommunikations- und Trainingsmaßnahmen eingeleitet. So können zum Beispiel Hochrisiko-Zielgruppen speziell und weiterführend geschult werden. Um Compliance stärker in die operativen Prozesse einzubinden, verfeinert digital spirit fortlaufend die Reporting- und Hinweissysteme. So führt der Weg von Formalien zur Integration von Compliance im Geschäftsalltag.



digital spirit GmbH ist der führende Compliance Dienstleister mit dem Schwerpunkt Training und Kommunikation. Unser erweitertes Dienstleistungsangebot umfasst die Analyse und Beratung zur Implementierung und Betrieb eines angemessenen, wirksamen und nachhaltigen Compliance Management Systems (CMS). Als Compliance Experte begleiten wir Unternehmen partnerschaftlich entlang aller Phasen des gesamten Compliance Prozesses: von der initialen Analyse und Beratung, über die Implementierung und Betrieb eines Compliance Management Systems bis hin zu dessen Zertifizierung. digital spirit ist somit eines der wenigen Unternehmen im deutschsprachigen Raum, das alle notwendigen Dienstleistungen für die Einhaltung von Gesetzen und Richtlinien im Unternehmen, aber auch von freiwilligen Kodizes aus einer Hand anbietet.

www.digital-spirit.de

Vertrauen ist gut, vertragen besser, EIM die Zukunft!

Seit gut 15 Jahren ist die Product Suite LCM bei zahlreichen Kunden und Anwendern im Einsatz. Im Interview erklärt Ralf Liebig, Leiter Produktmanagement, wie die Product Suite, ursprünglich als Lösung für das Vertragsmanagement entwickelt, immer mehr dem Enterprise Information Management Anspruch gerecht wird und welche Ziele dabei verfolgt werden.

Redaktion: In der Vergangenheit haben neue Technologien die Entwicklung von Softwareprodukten beeinflusst bzw. vorangetrieben. Welchen Veränderungen müssen wir uns heute stellen?

Liebig: Zur Bewerkstelligung eines erfolgreichen Enterprise Information Managements, das die Geschäftsprozesse eines Unternehmens aktiv unterstützt, wird von LCM Flexibilität und Anpassungsfähigkeit verlangt.

Einen Mitarbeiter mittels Software-Produkt optimal zu unterstützen, bedeutet seine speziellen Rollen in Prozessen mit rollengerechter Information und einem vernünftigen Maß an Automation zu unterstützen.

Dies stellt besondere Anforderungen an die Technologie. Besonders um eben auch anwenderfreundlich rollen- und bereichsübergreifende Workflows im Unternehmen umzusetzen und dabei mit einem hohen Maß an Integration systemübergreifend Informationen zu liefern.

Mit LCM Business Process Management und dem LCM Integration Gateway liefert die Product Suite LCM nicht nur die technologische Basis sondern auch Referenzprozesse und Standard-schnittstellen um den Herausforderungen eines effektiven Enterprise Information Managements gerecht zu werden.

Redaktion: Wie sieht Ihre Antwort bzw. die von LCM auf die heute gestiegenen Anforderungen in Bezug auf Anwenderfreundlichkeit, Agilität und Compliance aus? Kann die Product Suite LCM dazu einen nachhaltigen Beitrag liefern, anders gefragt, wird sie dem Anspruch an die selbst gesteckte Zielstellung nach EIM heute schon gerecht?

Liebig: Die Product Suite erfüllt diese Zielstellung bereits in einem hohen Maß. Die Dynamik der Abläufe im Unternehmen verlangt, dass Funktionalität gut erreichbar und effizient nutzbar zur Verfügung steht. Zur aktiven und flexiblen Unterstützung liefert LCM dem Anwender unterschiedliche Einstiegspunkte wie z. B. per Integration in den genutzten E-Mail-Client durch das LCM Plugin oder auch per mobilem Endgerät mittels LCM mobile. Dies ermöglicht aktive und effiziente Teilnahme an allen Compliance relevanten Prozessen unter LCM.


Die Bedienoberfläche von LCM folgt einem erprobten Style-Guide zur Steigerung von Wiedererkennbarkeit von Standardfunktionen und klarer Strukturierung von Informationen.

Redaktion: Werfen wir einen Blick in die Zukunft. Welche Lösungen werden in den nächsten Jahren gefragt sein?

Liebig: Der zunehmende Einzug IT-gestützter Prozessabwicklung in Konzernen verlangt neben bereits genannter Flexibilität und Effizienz auch nach unbedingter Prozesssicherheit. Kollaborative Abläufe wie z. B. bei der Vertragserstellung mit Reviewprozess erfordern die Nachvollziehbarkeit der getroffenen Entscheidungen und Beschlüsse. Unternehmensintern und -übergreifender Einsatz digitaler Signaturen ermöglicht validierbare Verbindlichkeit im Prozessablauf mit dokumentiertem Ergebnis und stellt somit eine klare Anforderung an die elektronische Abwicklung relevanter Geschäftsprozesse dar.

Redaktion: Was heißt das für die Entwicklung und Marktpositionierung von LCM?

Liebig: Mit ihrem umfassenden Fundus an fachlich erprobten Strukturen und Referenzprozessen, dem Einsatz der passenden Technologien zur Bereitstellung rollenbezogener Informationen und durch die Abbildung von Geschäftsprozessen auf Basis anerkannter Industriestandards bietet die Product Suite LCM in der Organisation alle Möglichkeiten für einen gelebten Wirkbetrieb IT-gestützter Prozesse und erfüllt somit alle Anforderungen für ein erfolgreiches Enterprise Information Management.

A portrait of Ralf Liebig, a man with short brown hair, wearing a dark suit, white shirt, and a blue and white striped tie. He is smiling and looking slightly to the left of the camera. The background is a soft, out-of-focus light color.

Redaktion: Nachhaltigkeit, Zuverlässigkeit und Kompetenz schreiben Sie sich als The Quality Group in Ihre Kernbotschaft. Herr Liebig, verraten Sie uns deshalb: Warum sollten sich Anwender für die LCM-Lösungen entscheiden bzw. welchen Beitrag können Sie dabei in der Produktentwicklung beisteuern?

Liebig: Die Product Suite LCM ist mit der Motivation zum praxistauglichen Nutzen geschaffen und fortwährend erweitert worden. Die Anwendungsfälle ergeben sich im Besonderen auch aus der umfassenden Projekterfahrung zur gemeinsamen Erarbeitung von Lösungen mit unseren Kunden. Ihre fachlichen Ansprüche und Erfahrungen erlauben es uns LCM den Anforderungen entsprechend gemeinsam mit Ihnen zu gestalten. Damit dies möglich ist bitten wir unsere Kunden und Anwender auch in Zukunft um ihr Feedback, ihre Wünsche und Vorschläge rund um das Thema EIM mit der Product Suite LCM.

Vielen Dank für das Interview und weiterhin viel Erfolg mit der Product Suite LCM.

Zur Person

Ralf Liebig

ist Leiter des Produktmanagements für die Product Suite LCM bei The Quality Group. Nach seinem Studium der Diplominformatik an der Universität Stuttgart war er als Senior Consultant bei der in-integrierte informationssysteme GmbH tätig. Seit 2011 ist er bei The Quality Group beschäftigt. Bevor er seine jetzige Position übernahm war er als Senior Consultant und danach als Leiter Entwicklung tätig.

Risikomanagement in Wertschöpfungsnetzwerken

Die Rolle der Wirtschaftsinformatik bei der Identifikation und Vermeidung systemischer Risiken

von Prof. Dr. Hans Ulrich Buhl, FIM Kernkompetenzzentrum Finanz- & Informationsmanagement, Universität Augsburg

Die jüngste Finanzmarktkrise und die dadurch ausgelöste Wirtschaftskrise verdeutlichen das Ausmaß der Abhängigkeiten, die in unserem heutigen Wirtschaftssystem herrschen. Die Tatsache, dass eine Hypo Real Estate Group (HRE) als „systemrelevant“ eingestuft wird und gerettet werden muss, macht deutlich, dass das Risiko eines Unternehmens nicht nur durch das Unternehmen selbst, sondern auch durch seine Abhängigkeiten im „System“ bestimmt wird. Wäre die HRE insolvent geworden, hätte sie vermutlich weitere Dominoesteine in der Finanz- und Realwirtschaft angestoßen, so dass der drohende Schaden höher eingeschätzt wurde als das von der Regierung bereitgestellte Rettungspaket. In Analogie zu diesen branchenübergreifenden Abhängigkeiten führten am 28. September 2003 die Abhängigkeiten zwischen Stromnetz und Informations- und Kommunikationsnetz

zu einem Stromausfall in weiten Teilen Italiens. Auslöser dafür war die Unterbrechung von nur

zwei Stromleitungen. Der ursprünglich lokale Blackout hatte Ausfälle im zentralen Informations- und Kommunikationsnetz zur Folge, welches die Stromnetze steuert. Diese Fehler führten zu Abschaltungen weiterer Kraftwerke,

diese wiederum zur Abschaltung von Kommunikationsknoten, bis schließlich ein Großteil der italienischen Stromversorgung zusammenbrach. Im Gegensatz zu den globalen Auswirkungen der Finanzmarktkrise war dieser Blackout nur auf Italien beschränkt. An beiden Beispielen zeigt sich, dass nicht nur einzelne Netze (z. B. Stromnetz) sehr anfällig auf externe Effekte reagieren können, sondern dass gerade bei wechselseitigen Abhängigkeiten mit anderen Netzen (Informations- und Kommunikationsnetz) unvorhersehbare Effekte auftreten können. Insbesondere die aus den Abhängigkeiten resultierende Kaskade an Fehlern kann massive Auswirkungen auf die beteiligten Netze haben.

Im global verbundenen Wirtschaftssystem ist jedes einzelne Unternehmen Teil eines umfangreicheren Netzes, bestehend aus einer Vielzahl von solchen „in-

terdependenten Netzen“. So ist z. B. das Netz der güterbasierten Abhängigkeiten in der Realwirtschaft durch komplexe, hochvernetzte Wertschöpfungsketten mit einer Vielzahl von daran beteiligten Lieferanten und Endproduktherstellern

gekennzeichnet.

Daher betrachten wir ein Unternehmen im Folgenden als Teil eines „Risikonetzwerks“.

Solche Netzwerke bergen zwar sehr große Chancen, allerdings werden die Unternehmen damit auch entsprechenden „systemischen Risiken“ ausgesetzt. In der aktuellen Diskussion tritt diese Bezeichnung vornehmlich in Bezug zur Finanzdienstleistungsbranche auf, oftmals in Verbindung mit der Forderung nach regulatorischen Eingriffen. Wie die Eingangsbeispiele zeigen, kann und muss sie allerdings weiter gefasst werden: Nach unserem Verständnis liegt ein „systemisches Risiko [...] vor, wenn sich ein auf ein Element eines Systems einwirkendes Ereignis aufgrund der dynamischen Wechselwirkungen zwischen den Elementen des Systems auf das System als Ganzes negativ

auswirken kann oder wenn sich aufgrund der Wechselwirkungen zwischen den Elementen die Auswirkungen

mehrerer auf einzelne Elemente einwirkender Ereignisse so überlagern, dass sie sich auf das System als Ganzes negativ auswirken können“ (Romeike und Hager, 2009).

Das Risiko eines Unternehmens wird nicht nur durch das Unternehmen selbst, sondern auch durch seine Abhängigkeiten im „System“ bestimmt.



CHANCEN



RISIKEN

In einigen Branchen (z. B. Pharma, Luftfahrt) haben Regulierungsinstanzen eine flächendeckende Aufsicht übernommen und versuchen, systemische Risiken zu erkennen und zu vermeiden. In den schwächer bzw. – noch – unzureichend regulierten Branchen (z. B. Finanzdienstleistungen) und insbesondere in unregulierten Branchen, die den Großteil unseres Bruttoinlandsproduktes erwirtschaften, müssen einzelne Unternehmen systemische Risiken selbst erkennen und darauf aufbauend geeignete Absicherungsstrategien entwickeln. Dies ist heute entweder gar nicht oder höchstens sehr bedingt der Fall. Durch das bewusste Management der Abhängigkeiten in und zwischen interdependenten Netzen kann jedes einzelne Unternehmen einen Beitrag zur Stabilisierung des gesamten Risikonetzwerks leisten. Damit Unternehmen jedoch bei der Gestaltung und Steuerung unternehmensübergreifender Wertschöpfungsnetze aktiv mitzuwirken können, ist es notwendig, die informationellen Grundlagen für ein Erkennen und einen gezielten Umgang mit systemischen Risiken zu schaffen.

Um systemische Risiken zukünftig frühzeitig identifizieren und Gegenmaßnahmen einleiten zu können, muss man sich zunächst vergegenwärtigen, welche Muster in der Vergangenheit zum Eintreten systemischer Risiken geführt haben. Letztlich zeichnen sich alle Netze, die für systemische Risiken anfällig sind, insbesondere durch folgende vier Eigenschaften aus:

1. Die Netze sind aufgrund ihrer Produkt- und/oder Prozessstrukturen komplex und intransparent.
2. Das Handeln zentraler Akteure in solchen Strukturen führt zu externen (Domino) Effekten, aufgrund derer Dritte – obwohl am konkreten Ereignis unbeteiligt – geschädigt werden können.
3. Durch starke individuelle Anreize und die Nutzung asymmetrischer Informationen zum eigenen Vorteil wird das System destabilisiert.
4. Aufsicht und Regulierung existieren nicht, haben Mängel oder unterliegen Beschränkungen, die wirkungsvolle Eingriffe verhindern.

Die aktuellen Entwicklungen in der Finanzdienstleistungsbranche bieten uns eine ausgezeichnete Grundlage um zu lernen, wie ein Vorliegen dieser vier Voraussetzungen künftig frühzeitiger erkannt und wie darauf sinnvoll reagiert werden kann. Bei der Bewältigung dieser Herausforderung kann die Wirtschaftsinformatik eine herausragende Rolle als „Nervensystem“ von Unternehmen und Unternehmensnetzwerken einnehmen. Daher wird im Folgenden die Rolle der Wirtschaftsinformatik bezüglich der oben genannten Punkte diskutiert. Hierbei wird zunächst auf das Beispiel der Finanzmarktkrise eingegangen, bevor anschließend die Zusammenhänge im Kontext der Realwirtschaft betrachtet werden.



1. Netzwerke sind komplex und intransparent

Noch vor wenigen Jahrzehnten beschränkte sich die große Mehrzahl von Finanzdienstleistungen auf genau drei Akteure: Anleger, Kreditnehmer und die Bank als Mittler. Dieses System funktionierte viele Jahrzehnte gut und stabil. Inzwischen ist an die Stelle der einen Bank als Mittler eine ganze Kette hintereinander gelagerter Finanzakteure getreten: Die kreditgebende Bank verkauft die Kredite an ein weiteres Institut, das sie – gebündelt mit den Krediten anderer Banken – zu strukturierten Wertpapieren paketierte. Der zweite Mittler kann die Wertpapiere wiederum an einen dritten Akteur weiterverkaufen, der Pakete von Wertpapieren tranchiert und umpackt, die Käufe unter Umständen mit neuen Krediten finanziert, die entstehenden Wertpapiere an einen vierten Akteur weitergibt etc., bis die Endprodukte schließlich bei einer platzierenden Bank und/oder deren Kunden landen. Durch die beschriebene Fragmentierung können die Endprodukte hinsichtlich ihrer Ertrags-, Kosten- und Risikowirkung kaum mehr verstanden werden. Die Information ist in dem mehrstufigen Prozess schrittweise verloren gegangen.

Die Lösung kann nur in der Schaffung von deutlich höherer Transparenz liegen. In der Finanzdienstleistungsbranche brauchen wir transparente Produktstrukturen im Sinne von Stücklisten auf Basis einheitlicher Taxonomien, also globaler Standards. Wird ein Produkt an den nächsten Akteur weitergegeben, so geschieht dies zusammen mit der standardisierten Stücklistenbeschreibung, die dann gegebenenfalls zur Unterstruktur in einem neuen, komplexeren Produkt wird.

Die Wirtschaftsinformatik spielt dabei eine zwiespältige Rolle. Einerseits war die IT an der Entstehung der intransparenten Strukturen beteiligt, da man ohne ausgebaute Informationstechnik die Wertschöpfungskette der Finanzdienstleistungsbranche nicht fragmentieren hätte können. Andererseits ist die Wirtschaftsinformatik in der Finanzdienstleistungsbranche und darüber hinaus der Schlüssel, um eine verbesserte und transparentere Abbildung von Produkten und Prozessen zu realisieren. Während stärker regulierte, risikoträchtige Branchen wie Pharma- und Flugzeughersteller solche Vorgaben zum Teil bereits umgesetzt haben, sollte die restliche Wirtschaft in ihrem eigenen Interesse nachziehen:

Beispielsweise kann das produzierende Gewerbe ebenso über mehrere Stufen der Wertschöpfungskette von Rohstoffen oder Produktionsmitteln abhängen, die aufgrund einer unsicheren Versorgungslage in Zukunft zum systemischen Risiko werden können.

2. Handeln zentraler Akteure führt zu externen (Domino-)Effekten, die Dritte beschädigen

Netzwerkstrukturen sind so lange unproblematisch und zum Teil sogar risikoreduzierend, wie einzelne Akteure keine dominierende Stellung gewinnen. In gewissen Bereichen der Finanzdienstleistungsbranche haben einzelne Akteure jedoch im Zeitablauf so viel Geschäft auf sich gezogen, dass sie für die Stabilität des Netzes unentbehrlich wurden. Ein bekanntes Beispiel ist der US-Markt für Credit Default Swaps (CDS), in dem fünf Akteure deutlich über 90% des gesamten Geschäfts abdecken. Der Ausfall eines Akteurs führt zu so hohen Verlusten bei den Gegenseiten, dass auch diese wie Dominosteine kippen würden. Dieser Zustand wird im Allgemeinen als „systemrelevant“ oder „too big to fail“ beschrieben, da (staatliche) Interventionen bei einem Ausfall meist unvermeidlich sind.

Die Lösung liegt in der Internalisierung solcher externen Effekte, die von zu großen bzw. zu vernetzten Akteuren ausgehen. Dies erfordert zunächst eine Modellierung und Quantifizierung der zu befürchtenden externen Effekte. Auf dieser Grundlage müssen Sicherheiten (in der Finanzdienstleistungsbranche beispielsweise der Kapitalbedarf, im Stromnetz mögliche Über- und Unterkapazitäten) jedes Akteurs bestimmt werden, und zwar in Abhängigkeit der Höhe des potentiellen Schadens, also letztlich in Abhängigkeit der Größe und des Vernetzungsgrades im definierten Netzwerk.

Ergänzend dazu lässt sich ein Netzwerk optimieren: Im Stromnetz geschieht dies beispielsweise durch eine bereits existierende übergreifende Steuerungsinanz

(die jedoch wie oben beschrieben auch nicht vor systemischen Risiken gefeit ist). Im Finanzbereich soll für CDS eine zentrale Gegenpartei aufgebaut werden, so dass der Zusammenbruch eines einzelnen Akteurs gepuffert werden kann. Die Aufgaben der Wirtschaftsinformatik sind spiegelbildlich ableitbar. Erstens müssen komplexe Modelle in den IT-Systemen abgebildet werden, um systemische Risiken frühzeitig identifizieren zu können. Dies erfordert entsprechende Algorithmen sowie die Infrastruktur für die Beschaffung, Verwaltung und Verdichtung umfangreicher Datenmengen. Dabei wird die Entscheidung zwischen „realistisch genug“ und „noch handhabbar“ eine Gratwanderung sein. Zweitens

3. Akteure handeln nach individuellen Anreizen und nutzen asymmetrische Informationen zum eigenen Vorteil

Mitarbeiter und Manager in Kundenberatung und Handelsabteilungen von Banken haben zum Teil immer noch erhebliche variable Gehaltsbestandteile, die oft vom generierten Geschäftsvolumen oder von der erwarteten Marge abhängig sind. Dies kann sie motivieren, Kunden in Geschäfte zu drängen, die deren Interessen zuwider laufen. Diese Gefahr besteht insbesondere dann, wenn die an Kundenberater und Händler ausbezahlten Boni nicht vom langfristig realisierten Erfolg des Kunden abhängen, sondern vom kurzfristig antizipierten

leistern haben sich in der Vergangenheit einer asymmetrischen Anreizstruktur gegenüber gesehen: In guten Zeiten wird eine Dividende ausgezahlt, und der Marktwert steigt. In schlechten Zeiten steht dem nur ein begrenztes Verlustrisiko gegenüber, da die Regierung bei Schwierigkeiten rettend eingreifen wird. Auf Seiten des Finanzdienstleisters führt dies zu Anreizen, das eingesetzte Eigenkapital zu minimieren und damit das Risiko zu erhöhen.

Nicht nur in der Finanzdienstleistungsbranche führen solche Anreizsysteme dazu, dass die Beteiligten ihr Risikonetzwerk mehr und mehr ins Extreme treiben und damit destabilisieren. Der Kern der Lösungsansätze heißt daher Information: Anreizstrukturen müssen erkennbar mit den Interessen aller Beteiligten synchronisiert werden.

In der Finanzdienstleistungsbranche kann dies beispielsweise durch den Wechsel von Provisions- zu Honorarberatung, durch höhere fixe und geringere variable Einkommen, durch variable Einkommen abhängig von real erzielten statt antizipierten Gewinnen oder durch Auszahlung der Gewinne in den vom Händler generierten Produkten erreicht werden. Weitergehend ist hier der Vorschlag, Investment Banking und Commercial Banking regulatorisch zu trennen. Hinsichtlich der Eigentümer gilt, was schon weiter oben diskutiert wurde: Finanzakteure dürfen nicht mehr „too big to fail“ sein, der Kapitaleinsatz solcher Institute muss entsprechend erhöht werden.

Die Rolle der Wirtschaftsinformatik bei der Implementierung neuer unternehmensinterner Anreizstrukturen liegt in der Bereitstellung neuer oder erweiterter dispositiver Systeme. Der Wechsel von der Provisions- zur Honorarberatung erfordert beispielsweise neue Steuerungsstrukturen. Jede Bonusformel und jede Kapitalberechnung sowie alle dafür notwendigen Daten sind in der IT abzubilden. Unternehmensübergreifend stellt die Synchronisation der Anreizsysteme eine besondere Herausforderung

Die Information ist in dem mehrstufigen Prozess schrittweise verloren gegangen. Die Lösung kann nur in der Schaffung von deutlich höherer Transparenz liegen.

wird die Kalkulation der Risikoposition eines einzelnen Akteurs auf Basis von vernetzten Risikomodellen nochmals anspruchsvoller werden. Drittens erfordern neue zentrale Steuerungsinstanzen hohe Investitionen in adäquate IT-Lösungen.

Erfolg des Finanzdienstleisters. Ebenso kann ein Finanzdienstleister Optionen in den Büchern halten, deren Gegenpartei der eigene Kunde ist. Dadurch können Anreize zum Zurückhalten von Information und zur Spekulation gegen den Kunden entstehen. Auch die Eigentümer und Aktionäre von Finanzdienst-



für die Wirtschaftsinformatik dar: Um systemische Risiken zu vermeiden, aber dennoch keine wettbewerbsrelevanten Informationen zu veröffentlichen, sind neue Methoden zur Aggregation und Anonymisierung von Risikoinformationen bei vertrauenswürdigen Dritten oder zur sicheren Mehrparteienberechnung erforderlich.

4. Aufsicht und Regulierung existieren nicht, haben Mängel oder unterliegen Beschränkungen

Die geschilderten Gefahren sind nicht erst seit der gegenwärtigen Finanzmarktkrise bekannt. Deshalb werden Finanzmärkte intensiver als manche andere Märkte überwacht, offensichtlich aber nicht intensiv genug. Die Finanzaufsicht hatte kein Mandat, die Zentralbanken in der Kette zwischen Anleger und Kreditnehmer (z. B. Zweckgesellschaften, Conduits oder Hedge Fonds) zu kontrollieren. Auch die Sicht auf die internationalen Zusammenhänge war ihr nur sehr eingeschränkt erlaubt. Zent-

ralbanken standen unter dem politischen und wirtschaftlichen Druck, Zinsen weiter zu senken und Budgetdefizite zu erleichtern, um (vermeintlich) kurzfristig Wachstum zu fördern. Die Europäische Zentralbank mit ihrer unabhängigen Position und mit ihrem klaren Mandat

war. Die Fiskalbehörden haben in zu starkem Umfang auf Defizitfinanzierung zurückgegriffen, sei es für erhöhte Eigenausgaben des Staates, sei es für die Förderung privater Ausgaben wie zum Beispiel der Hausfinanzierung. Letztlich ist dieser realwirtschaftliche Auslöser

Beim Risikomanagement in Wertschöpfungsnetzwerken spielt die Wirtschaftsinformatik mit ihrem interdisziplinären Charakter folglich eine herausgehobene Rolle.

für Geldwertstabilität konnte dem relativ gut standhalten. Für andere Zentralbanken war dies schwieriger, insbesondere wenn das Mandat für Geldwertstabilität mit Mandaten für Wirtschaftswachstum und Beschäftigung vermischt

ein maßgeblicher Treiber der aktuellen Finanzmarktkrise. Für die Finanzdienstleistungsbranche liegen die notwendigen Lösungsansätze klar auf der Hand. Der Gesetzgeber muss der Finanzaufsicht ein ausreichend breites und tiefes Mandat erteilen. Zentralbanken müssen sich auf die Aufgabe konzentrieren, den Geldwert zu stabilisieren und dürfen nicht für kurzfristige (vermeintliche) Wachstumsinteressen missbraucht werden. Fiskalbehörden müssen in der Schuldenfinanzierung deutlich eingebremst werden.

Eine stärkere Aufsicht und Regulierung ist allerdings nicht für jede Branche das geeignete und schon gar nicht das einzige Instrument. Ergänzend oder alternativ muss ein unternehmensübergreifender Datenaustausch im Risikonezwerk sicherstellen, dass jedes einzelne Unternehmen systemische Risiken erkennen kann, ohne dass einzelne Marktteilnehmer gezwungen wären, unmittelbar wettbewerbsrelevante Informationen preiszugeben.

Beim Risikomanagement in Wertschöpfungsnetzwerken spielt die Wirtschaftsinformatik mit ihrem interdisziplinären Charakter folglich eine herausgehobene Rolle. Wie oben angeführt gilt dies nicht nur für die Finanzwirtschaft, sondern insbesondere für realwirtschaftliche Zusammenhänge. Generell sind aus Sicht eines Unternehmens hierbei



Prof. Dr. Hans Ulrich Buhl ist seit 1994 Inhaber des Lehrstuhls für BWL, Wirtschaftsinformatik, Informations- & Finanzmanagement der Universität Augsburg und seit 2002 wissenschaftlicher Leiter des Kernkompetenzzentrum Finanz- und Informationsmanagement. Darüber hinaus leitet er die Fraunhofer-Projektgruppe Wirtschaftsinformatik, ist stellvertretender Leiter des Instituts für Materials Resource Management in der mathematisch-naturwissenschaftlichen Fakultät und Hauptherausgeber der Zeitschriften »WIRTSCHAFTSINFORMATIK« und »Business & Information Systems Engineering«. Praxiserfahrung sammelte Prof. Buhl u.a. von 1983 bis 1990 in den Funktionen Finanzen, Finanzierungsmarketing sowie Informationssysteme und Logistik der IBM Deutschland GmbH, Stuttgart/Sindelfingen, und war dabei von 1988 bis 1990 Leiter der Abteilung Projekte und Methoden. Hinsichtlich seiner Forschungsleistungen wurde Prof. Buhl 2004 im Management International Review-Ranking unter den Top 1% eingestuft und war im "Handelsblatt BWL-Ranking" in den Jahren 2009 und 2012 unter den Top 1% platziert. Daneben ist Herr Prof. Buhl federführender Wissenschaftler und Vorsitzender des Boards des vom Elitenetzwerk Bayern und renommierten Praxispartnern geförderten Elitenetzwerk-Studiengangs „Finanz- & Informationsmanagement“ der Universität Augsburg und der TU München. Er fungiert zudem als Sprecher des Clusters „Finance & Information“ im Studiengang informationsorientierte BWL an der Universität Augsburg. Für sein Engagement wurde er u.a. 2009 zum „Professor des Jahres“ (von UNICUM BERUF und KPMG) in der Kategorie Wirtschaftswissenschaften/Jura gewählt.

sowohl Chancenpotenziale als auch damit verbundene Auswirkungen auf das Risiko von zentraler Bedeutung. Die Wirtschaftsinformatik kann die Rahmenbedingungen schaffen, um die Komplexität eines Risikonetzwerks erkennbar und beherrschbar zu machen. Mit ihrer Modellierungskompetenz ist die Wirtschaftsinformatik besonders gut geeignet, Methoden und Konzepte zu entwickeln, um ein Risikonetzwerk abzubilden und systemrelevante Bedrohungsszenarien zu identifizieren. Sie kann dabei auf etablierte Methoden der Netzwerktheorie und von Behavioral Finance zurückgreifen. Ferner können erst durch geeignete Gestaltung und Steuerung der Informationsflüsse und durch standardisierte Datenaustauschformate die informationellen Grundlagen geschaffen werden, um die Komplexität von Netzen interdependenter Netze beherrschen zu können und somit eine wertorientierte Ertrags- und Risikosteuerung zu ermöglichen. Eine Aufgabe der Wirtschaftsinformatik könnte zukünftig somit die Schaffung einer Informationsarchitektur zur Erkennung sowie einer Gewährleistungsarchitektur zur Vermeidung der systemischen



Risiken interdependenter Netze sein. Dabei sollten Erfahrungswerte aus vergangenen systemischen Krisen, wie beispielsweise der aktuellen Finanz- und Wirtschaftskrise, auf andere Branchen und andere Abhängigkeitstypen übertragen werden.

nehmen in einer zukünftigen Krise nicht nur sich selbst, sondern unsere Wirtschaft insgesamt stabilisieren.

Wenn die Wirtschaftsinformatik es leisten kann, Unternehmen mit den Informationen auszustatten, die zur Erkennung und Vermeidung von systemischen Risiken notwendig sind, dann werden diese Unter-

Literatur:
 Romeike F, Hager, P (2009)
 Erfolgsfaktor Risiko-Management 2.0:
 Methoden, Beispiele, Checklisten, 2. Aufl.
 Gabler, Wiesbaden



Compliance as a Service

» www.compliance-as-a-service.de



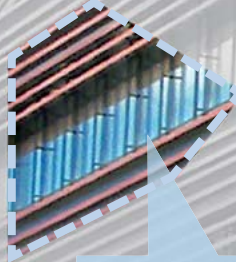


Auch unterwegs alle Verträge und Dokumente
im Griff – auf iPhone oder iPad!

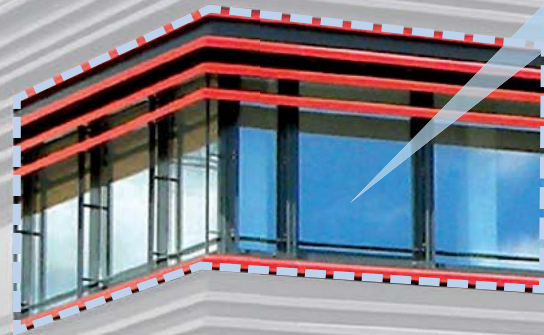


EIM im Alltag

**„...ein integriertes Berichtswesen
mit einem umfassenden
Informationsmanagementsystem!“**



**Wir haben unsere
Einkaufskosten
um 30 % gesenkt!**



Hier finden Sie die TQG,
Ihre Experten für EIM!

Konrad-Zuse-Platz



Wertvolle
Lifecyc

**100 % compliant –
nachhaltig und
qualitätsgesichert!**

Sichere und rechtlich fundierte Entscheidungen

Bei der Suche nach Verträgen und Dokumenten sparen wir 80 % Zeit ein!

Jetzt haben wir Lizenz- und Wartungsverträge im Griff - das spart 176.000 € pro Jahr!

100 % Dokumente, Verträge und Akten – das ist sicher!

LCM hat meinen Chef überzeugt!

Standardisierung von Verträgen und Prozessen ...

Unterstützung im Mobile Management



eAkte - in Zukunft finden Sie jede Akte wieder!

„Warum gibt es denn nicht einen strukturierten Ansatz unsere Dokumente und Akten abzulegen und einfach wiederzufinden?“ fragt Frau Maier, Leiterin einer großen Abteilung in einem globalen Konzern. Warum eigentlich nicht? Und dabei wünscht sie sich doch schon so lange, dass sie in Verhandlungen die kompletten Dokumente eines Vorganges zur Hand hat, ohne dass die Organisation einen halben Tag Vorbereitung benötigt. Auf einem Kongress hat sie kürzlich gehört, dass die eAkte – elektronische Akte – die Agilität in ihrer Verantwortung wesentlich verbessern kann. Recht hat sie!
Eine moderne Aktenverwaltung ermöglicht die systematische elektronische Erfassung und Abbildung aller für das

Vertragsmanagement relevanten Geschäftsvorgänge in Akten. Es integriert in umfassender und prozessorientierter Weise die Ablage von Dokumenten, die Verantwortlichkeiten der Rollen im Prozess, die Verbindlichkeiten von Terminen und Fristen und lässt viel Spielraum für die Sicherstellung der Compliance und individuellen Abläufe. Das LCM Aktenmanagement kombiniert dies alles in einem Modul. Es vereint in einfachster Art und Weise das Funktionsangebot einer Aktenverwaltung, verfeinert um fachlich un-

terstützende Workflows und veredelt mit Business Intelligence (BI). Dabei werden Dokumente und Schriftstücke zu einer Sache oder Einzelmaßnahme zusammengefasst und für zukünftige Recherchen oder Wiedervorlagen strukturiert aufbewahrt. Eine Zusammenfassung hat sich infolge der sachbezogenen Bearbeitung von Geschäftsvorfällen bewährt und sich als Auswirkung der sachbezogenen Aufgabenverteilung auch durchgesetzt. Sowohl standardisierte als auch individuelle Aktenarten können konfiguriert und sowohl prinzipiell als auch abteilungsübergreifend verwendet werden.



Vorteile einer eAkte

- unternehmensweite Dokumente, Termine, Verantwortlichkeiten, Korrespondenzen, etc. in einer Akte
- effiziente Aktenverwaltung mit integriertem Templatemanagement und Prozessunterstützung (Workflows)
- gesicherte Dateneinsicht und -bereitstellung durch autorisierten Zugriff
- übersichtliche Aktenbereitstellung durch individuelle Selektion aus Daten und Dokumenten (die eAKte für unterwegs)
- easySearch-Funktion für komfortable Recherchemöglichkeiten
- einfachste Aktenbearbeitung durch praxisbezogene Standardfunktionen für eine abteilungsübergreifende Administration

Die Vorteile einer integrierten Aktenverwaltung liegen auf der Hand:

- Abbildung von beliebigen Akktypen (z. B. vorgangs- und prozessbezogen)
- Ablageorganisation mittels Aktenplan
- Zuständig- & Verantwortlichkeiten innerhalb einer Akte (z. B. interne Sachbearbeiter)
- Fristenmanagement mit Wiederholungen
- Vita einer Akte
- Fallbezogene Akten (Zuordnung mehrerer Dokumente, Verträge, Kontakte in einer Akte)
- eAkte – wichtige Akteninformationen in einem Dokument für unterwegs oder im Termin

Aktenmanagement ist zeitlos! Dokumente, Verträge, Aktenordner und Papierstapel für nachhaltige Informationsprozesse elektronisch zu sichern und

aufzubereiten ist heute für Unternehmen ein Muss. Dies auf die lange Bank zu schieben bedeutet: Risiko, Unsicherheit und im Streitfall nicht planbare Kosten. LCM Aktenmanagement bietet eine zukunftssichernde Investition für Ihre Aktenvielfalt. Egal, ob spezielle Akktypen oder als eAkte, Sie schützen sich vor den Risiken von:

- Dokumentenverlust
- Terminüberschreitungen
- Verstößen gegen Compliance
- Regressforderungen aus Vertragszuständen
- Aktenverlust

Moderne Input-Prozesse für die Integration von Akktdokumenten sowie schnelle und einfachste Suchfunktionen sichern effektive Abläufe und absolute Transparenz.

Ihre Aktenverwaltung unterliegt nicht mehr dem Zufall!

Für ausführliche Informationen:
Fordern Sie unser Best Practice Sheet „eAkte“ an.
www.tgq.de



Die eAkte deckt den Anspruch nach Agilität gemäß dem Motto „schnell, einfach, übersichtlich“ im Büro als auch unterwegs ab.

Erstes Wörterbuch für EIM

Vorhang auf für das erste Wörterbuch mit Abkürzungen und Begriffen rund um das Thema Informationen! Nützlich ganz Allgemein für Wirtschaft, Wissenschaft und Praxis, besonders praktisch aber im täglichen Umgang mit

Menschen, Mitarbeitern, Freunden und Partnern im Büro, bei Besprechungen oder im privaten Umfeld.

Wir alle leben schon lange mit Akronymen: Kunstwörtern oder Abkürzungen, die nur aus Anfangsbuchstaben bestehen. Für den einen ist das alltäglich, andere schlingern sich so darum herum und manche benutzen sie ohne zu wissen, was sie bedeuten.

Aus diesem Grund hat The Quality Group das erste Wörterbuch mit Begriffen rund um das Thema Enterprise Information Management (EIM) vorgestellt. Sozusagen als Antwort auf die Fragen aus dem Alltag: „Für was steht eigentlich...?“ Rund 250 Akronyme und Stichwörter hat das Redaktionsteam zusammengetragen und auf 180 Seiten zusammengestellt.

Steffen Schaar, Vorsitzender des Fanclubs „Lustiges Akronymeraten“, sagte am Rande der DMS Expo 2012, wo das Wörterbuch offiziell vorgestellt wurde: „Mit dieser kleinen Sammlung von interessanten Abkürzungen und Begriffserklärungen, wollen wir mit einem Augenzwinkern allen denjenigen zur Hand gehen, die gern Abkürzungen nicht nur überzeugend benutzen, sondern diese auch noch richtig erklären wollen und können - sei es in Gesprächen oder dem Streit am Abendbrottisch.“

„Die Resonanz war überwältigend. Schon innerhalb kürzester Zeit waren alle 1000 Exemplare der ersten Auflage vergriffen“ ergänzt Simon Feess, Marketing, mit einem breiten Lächeln im Gesicht. Und fügt hinzu: „Diese Idee werden wir weiter ausbauen, für alle die wieder Klartext sprechen wollen.“



Das Wörterbuch kann kostenlos bei The Quality Group unter www.tgg.de/eim-woerterbuch angefordert werden.



BYOD

Bring Your Own Device ist eine Organisationsrichtlinie, die regeln soll, auf welche Weise Mitglieder ihre eigenen elektronischen Bürogeräte (Smartphones, Notebooks, Tablets) zu dienstlichen Zwecken nutzen dürfen, insbesondere für den Zugriff auf Netzwerkdienste und das Verarbeiten und Speichern organisationsinterner Daten. BYOD soll den Nutzern eine größere Wahlfreiheit bringen und der Organisation eine bessere Orientierung an persönlichen Bedürfnissen ermöglichen.

BI

Business Intelligence wurde ab Anfang bis Mitte der 1990er Jahre populär und bezeichnet Verfahren und Prozesse zur systematischen Analyse (Sammlung, Auswertung und Darstellung) von Daten in elektronischer Form.

B2B

Business-to-Business wird allgemein für Beziehungen zwischen mindestens zwei Unternehmen benutzt, im Gegensatz zu Beziehungen zwischen Unternehmen und anderen Gruppen (z. B. Konsumenten, B2C)

EIM

Enterprise Information Management ist die ganzheitliche Verwaltung aller Informationen im Unternehmen unabhängig von Ort, Nutzer, Autor, erzeugendem System, Anwendung, Format, Device und Zeit.

BPM

Business Process Management ist ein ganzheitlicher Prozess, um die Unternehmensprozesse zu bewerten, zu verbessern und zu gestalten. Mit Prozessoptimierungen durch den Einsatz von flexiblen und integrativen Lösungen sollen Effizienz und Effektivität verbessert und Innovationen genutzt werden.

ERP

Enterprise Resource Planning – bezeichnet die unternehmerische Aufgabe, die in einem Unternehmen vorhandenen Ressourcen (Kapital, Betriebsmittel oder Personal) möglichst effizient für den betrieblichen Ablauf einzusetzen und somit die Steuerung von Geschäftsprozessen zu optimieren. Bekanntestes ERP-System für Unternehmen ist SAP.

QR

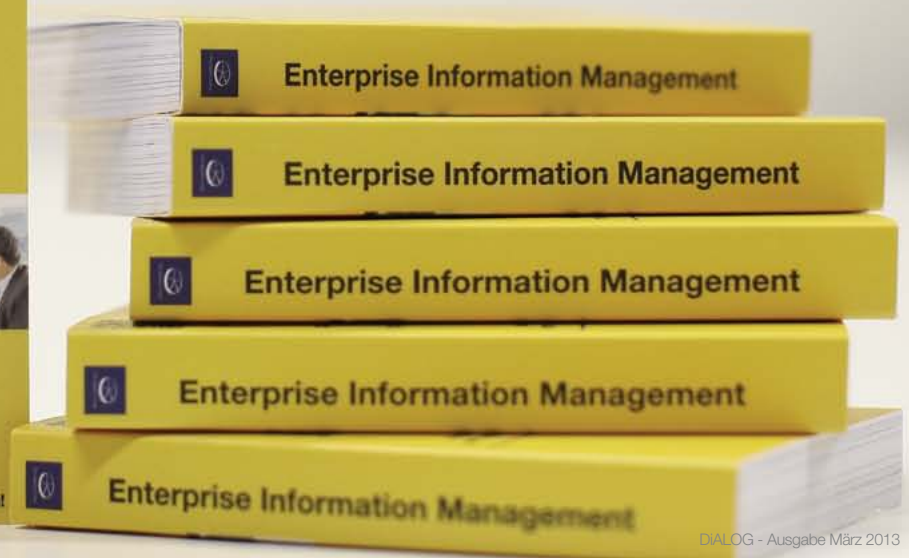
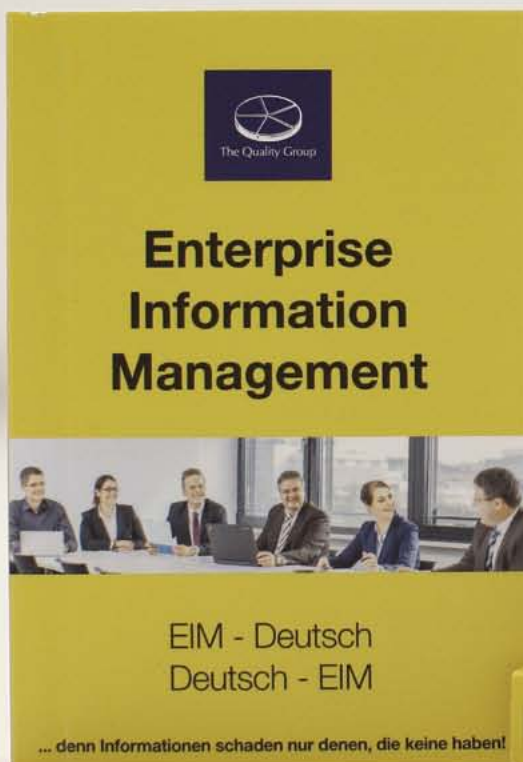
Quick Response („schnelle Antwort“, als Markenbegriff „QR Code“) ist ein zweidimensionaler Code, der von der japanischen Firma Denso Wave im Jahr 1994 entwickelt wurde. Weiterentwicklungen sind der „Micro-QR-Code“, der „Secure-QR-Code“ (SQRC) und der „iQR-Code“.

LCM

Legal Contract Management (Marke) eine der führenden Enterprise Information Management Lösungen für unternehmensweite und zukunftsorientierte Optimierung und Strukturierung von Geschäftsprozessen, Dokumenten und Verantwortlichkeiten. Durch die mit Hilfe von LCM verbesserte Transparenz in den Prozessen und die wissensbasierten Module für verschiedenste Geschäftseinheiten werden nachhaltig die ganzheitlichen und übergreifenden Geschäftsabläufe sichtbar. Zusätzlich unterstützt LCM mit umfangreicher Business Intelligence Governance-Risk-Compliance Managementprozesse sowie ein zukunftsweisendes Information Lifecycle Management.

SRM

Supplier Relationship Management umfasst die strategische Planung und zentrale Steuerung von Beziehungen eines Unternehmens zu seinen Lieferanten.





Mit Print als App ins Web!

So kommen Sie mit Ihrem gedruckten Magazin aufs iPad ihrer Zielgruppe

Unternehmen, die aktiv und attraktiv mit ihren Kunden und Mitarbeitern kommunizieren wollen, müssen heute auch auf mobilen Endgeräten präsent sein. Print & Paper setzt hier an und bietet Agenturen, Verlagen und Unternehmen eine Lösung, ihre Publikationen nicht nur in Papierform weiterzugeben. Das heißt, ein einmal erstelltes Layout für ein Printmagazin oder einen Vertriebskatalog wird direkt auf dem iPad, Android Tablet und Smartphone zur Verfügung gestellt.

Mit einem eigenen Softwaretool unterstützen wir Sie dabei, Ihr gedrucktes Magazin, ergänzt durch interaktive Elemente, im Zeitschriftenformat zum Durchblättern auf iOS- oder Android-Betriebssystemen anzubieten.

Print & Paper schafft somit den nahtlosen Übergang zur mobilen Kommunikation.

So profitieren Sie von einer digitalen Ausgabe

Mit einer digitalen Ausgabe steht die Publikation dem Leser nicht nur jederzeit weltweit und mobil zur Verfügung, Sie erreichen dadurch auch eine Steigerung der Auflage ohne Erhöhung der

So gehts!

- Sie benötigen ein Smartphone oder Tablet mit einer Lesesoftware für QR-Codes (Barcode-Scanner App)
- Fotografieren Sie den QR-Code mit Ihrem Gerät.
- Die Software entschlüsselt die im Code enthaltenen Informationen und leitet Sie direkt zum Download der Magazin-App im Appstore weiter.
- Schon haben Sie die Publikation auf Ihrem Gerät – wir wünschen eine interessante Lektüre!



Druckkosten. Es wird also eine deutlich größere Reichweite der Publikation ohne zusätzliche Kosten für die Verteilung realisiert.

Aber auch der Leser profitiert: durch die digitalen Inhalte, Links und Videos hat er unmittelbaren Zugriff auf weiterführende und stets aktuelle Informationen. Ein attraktives Angebot an Interaktivität und Multimediainhalten erhöht die Qualität Ihrer Publikation nachhaltig.

So kommt Leben in Ihr Kundenmagazin

Der Weg zur eigenen Applikation beginnt wie der Weg zum gedruckten Magazin mit der redaktionellen Arbeit, der Fotografie und dem Layout. Ist dies abgeschlossen, wird das Ergebnis wie gewohnt in eine PDF Datei verpackt. Anstatt nun das Druck-PDF klassisch auf Papier zu bringen, wird es in diesem Fall mittels dieser Software für die Ausgabe auf mobilen Endgeräten wie iPad und iPhone vorbereitet. An dieser Stelle lassen sich ganz bequem Verlinkungen zu Ihren Webseiten oder denen von Anzeigenkunden herstellen. Die Anzeigen erhalten auf diese Weise einen deutlich höheren Stellenwert und bieten die Möglichkeit, auf das Wesentliche hinzuweisen. Natürlich lassen sich in diesem Produktionsschritt ebenso einfach Fotos, Bildergalerien und Videos einbinden, z. B. solche, die ohnehin schon auf der eigenen Homepage verwendet werden. Nicht zuletzt durch diese Maßnahmen darf mit interessanteren Anzeigenumsätzen gerechnet werden.

So erfährt Ihre Zielgruppe von der App

Den Vertrieb übernimmt nun nicht mehr der Herausgeber oder der Verlag, sondern der App Store. Die fertige App wird von uns im App Store eingereicht, dort geprüft, freigegeben und schließlich vermarktet. Ganz bequem kann der Leser die maßgeschneiderte APP auf sein iPad oder sein Smartphone herunterladen.

Im Hinblick auf die steigende Nachfrage nach spezifischen Produkt- und Firmeninformationen sowie nach neuen Kommunikationskanälen werden Sie mit einer eigenen Applikation den Herausforderungen der Märkte nach einem ausgewogenen Medienmix gerecht. Sie schaffen hiermit die Voraussetzung neue, digitale Märkte im mobilen Umfeld zu erschließen.

Print & Paper, die Agentur für Druckproduktionen, unterstützt seit über 15 Jahren Kunden dabei, Produkte und Marken erfolgreich zu visualisieren. Unternehmen aus den unterschiedlichsten Branchen nutzen Print & Paper für die Entwicklung und Gestaltung Ihrer Drucksachen bis zur termingerechten Realisierung dieser Druckaufträge. Dabei stehen im wesentlichen individualisierte Printprodukte wie Geschäftsausstattungen, Werbedrucksachen und spezielle Haftetiketten im Vordergrund. Aber auch codierte oder nummerierte Gutscheinkarten für den Point Of Sale oder fälschungssichere Tickets für Nahverkehrsbetriebe gehören zu den vielseitigen Aufgabenstellungen. Abgerundet wird dieses Portfolio durch regelmäßig erscheinende Magazine für Volkshochschulen und mittelständische Unternehmen.

www.print-and-paper.de





Leistungserfassung – Zeiten erfassen ohne Zeit zu verschenken

Wie kann ich nachvollziehen, welche Aufwendungen meine Anwälte und externen Kanzleien für welche Tätigkeiten rund um einen Rechtsfall geleistet haben? Wie viel Zeit wurde in einen Vorgang oder eine Akte investiert?

Im Zeitalter der wachsenden Bedeutung von Unternehmensjuristen zur Wahrung der Unternehmenswerte und des Rechts im globalen Umgang wirtschaftlichen Handelns unterziehen sich diese auch immer mehr den unternehmerischen

Prozessen wie Budgetierung, Controlling und Kosteneffizienz. Dazu wächst die Bedeutung der Eingrenzung von Risiken auch in rechtlichen Vorgängen immer rasanter. Budgetkontrolle und Kostentransparenz sind auch in den Rechtsabteilungen daher langfristig gesehen eine bewährte Methode zur Sicherstellung übergreifender Unternehmensprozesse.

Mit einem Tool wie der LCM Leistungserfassung können die Anwender

im Kontext einer Akte, eines Vertrages, eines Dokumentes oder eines Vorganges direkt die aufgewendeten Zeiten erfassen und auswerten. Die Auswahl zur Zuordnung erfolgt benutzerfreundlich über ein Navigationsmenü mit Suchfunktion oder Auswahlliste. Die Eingabe von Zeiträumen oder „von/bis“ Abständen ermöglicht eine individuelle Erfassung und wird sofort zur geleisteten Tätigkeit oder zum geleisteten Vorgang dargestellt.

Leistungsnachweise mit folgenden Informationen sind einstellbar:

- Tätigkeit
- Datum, Dauer, Zeit von/bis
- Bemerkung/Informationsfeld
- Zuordnung zum Verantwortlichen
- Erfassungsdatum, -zeit, -mitarbeiter

Durch eine einfache Berechtigungs- und Zugriffssteuerung können übersichtlich Abteilungen und/oder einzelne Mitarbeiter Projekten bzw. Vorgängen zugeordnet werden.

Auch die integrative Nutzung mit führenden ERP-Systemen zum Abgleich von externen Auftrags-/ID-/Projekt-/Vorgangsnummern ist vorgesehen. Zusätzlich liefert ein Reporting eine Übersicht über alle Zeiterfassungen jeweils filterbar nach

- Leistungen zu einer Akte, einem Vertrag oder Dokument
- Mitarbeitern
- Zeiträumen

Die Ergebnisse sind nach Excel exportierbar und können auch mit dem BIRT Reporting Tool ausgewertet werden. Zeiten zu erfassen ist in unseren heutigen modernen und agilen Unterneh-

mensprozessen nicht mehr ausreichend, um sich dem Wettbewerb erfolgreich und dauerhaft zu stellen. Nicht Zeit sondern Leistung

heißt das Zauberwort, an dem wir uns messen und gemessen werden. Deshalb ist es

konsequent und richtig auch die administrativen Prozesse in Ihren Abläufen objektiv zu messen. Daraus entstehen dann Verbesserungsvorschläge und Optimierungspotenziale wie

- Einsatz von externen Ressourcen (Legal Process Outsourcing)
- Bewertung von Leistungen am Nutzen
- Schnelle und richtige Leistungsabrechnung mit den Partnern/Kanzleien
- Gezielte Partnerkommunikation und Feedbackgespräche mit Zahlen, Daten, Fakten

Als Unternehmensjuristen erhalten Sie mit LCM Werkzeuge an die Hand, mit denen Sie Ihre Netzwerke zu externen Anwälten und Kanzleien nachhaltig und

zukunftssicher verwalten und steuern. Sie sind auditfähig und nachweislich compliant! Sie bewerten die Tätigkeiten

Ihrer Partner aufgrund einheitlicher Bewertungsmaßstäbe gerecht und können so den Nutzen

Setzen Sie auf strukturierte Informationen sowie richtige Entscheidungen durch Transparenz!

bei der Lösung Ihrer Fälle mit Hilfe der externen Ressourcen messbar darstellen. Damit zeigen Sie Transparenz auf und gewinnen an Sicherheit bei der Entscheidung für die richtigen Anwälte mit den entsprechenden Fachkenntnissen. Kürzere Prozesse, effektivere Abläufe und eine auf messbaren Kriterien nachvollziehbare Auswahl von Anwälten, bringen Ihnen und dem Unternehmen ein besseres Preis-/Leistungsverhältnis und eine planbare Kostenstruktur. Setzen Sie auf strukturierte Informationen sowie richtige Entscheidungen durch Transparenz!

Für ausführliche Informationen: Fordern Sie unser Fact Sheet „Leistungserfassung“ an. www.tqg.de



SAP AddOn-Lösungen sind im Kommen

Fachabteilungen profitieren von dieser Entwicklung in hohem Maße.

Oft wird heute im Auswahlprozess zur Einführung von unternehmensweiten Lösungen zwischen SAP nahen/eigenen oder Fremdsystemen unterschieden. Die Fachabteilungen suchen die Lösungen mit höchstem Komfort an Bedienung und Funktionalität. Die IT-Abteilungen sitzen aber meist am längeren Hebel und stellen fachliche und sachliche Entscheidungen in Frage. Dabei sind auch ihre Argumente, getrieben von infrastrukturellen Aspekten, berechtigt. Was aber ist nun unter den heutigen und zukünftigen Tendenzen die richtige Entscheidung? Ist der IT-Wert höher einzustufen als der fachliche Nutzen? Dazu stellt sich Vicky Buchholtz heute unseren Fragen und versucht wertvolle Argumente für Sie zusammen zu fassen. Sie ist seit über 10 Jahren in der SAP Beratung und steht damit praktisch täglich im Wettstreit der Argumente beim „Für und Wider von AddOns im SAP Umfeld“.

Redaktion: Frau Buchholtz, Sie sind seit vielen Jahren als SAP Solution Architect tätig. Wie bewerten Sie aus Ihrer Sicht die spannenden Entscheidungen im Für und Wider von NonSAP Produkten bzw. AddOns? Welches sind die häufigsten Kriterien bei der Entscheidungsfindung? Welche Rolle spielt dabei die IT?

Zur Person

Vicky Buchholtz ist seit 2001 im SAP Umfeld tätig, zuerst im Bereich Applikationsentwicklung und System Integration, dann in der Beratung von B2B Prozesse mit Themenschwerpunkt Purchase to Pay und als Solution Architect im Bereich Enterprise Content Management. Heute ist sie zuständig für System- und Prozessdesign im B2C Umfeld.

Buchholtz: SAP Kunden kennen die Potenziale von SAP, aber genauso gut auch die Grenzen. Der SAP Standard ist für eine breite Masse und branchenneutral konzipiert. Ziel der Kunden ist es, die eigenen unternehmensspezifischen Prozesse in SAP abzubilden. Lassen sich Anforderungen im Standard, also ohne Zusatzentwicklung, nicht mehr abbilden oder werden gar zusätzliche Lizenzkosten fällig, stellt sich die Frage nach Make or Buy.

Die Entscheidung für Make wird dann getroffen, wenn alle anderen Optionen

nicht in Frage kommen bzw. wirtschaftlich nicht zu vertreten sind. Die Kriterien nach denen entschieden wird sind in der Regel, ob ein Standardprodukt verfügbar ist, die Integration in die IT-Landschaft möglich ist und ein passendes Lizenzmodell angeboten wird.

Während SAP Produkte recht generalistisch daherkommen, gibt es eine Vielzahl von Nischenprodukten für spezielle Use Cases mit attraktiven Lizenzmodellen, die damit eine echte Alternative darstellen.

Die Produkte können in zwei Kategorien unterteilt werden: SAP AddOns und Stand-Alone Solutions.

SAP AddOns sind mit SAP Technologie entwickelt und laufen ausschließlich auf SAP. Sie sind somit automatisch in die SAP Prozesse integriert.

Stand-Alone Produkte bedürfen einer separaten Installation. Es bestehen verschiedene Integrationsmöglichkeiten: SAP-Adapter sind für das Produkt verfügbar oder sie besitzen Standard-schnittstellen, die SAP unterstützt. In letzterem Fall ist die Integration als kundenspezifisches Projekt umzusetzen. Ist keine der beiden Varianten verfügbar, so ist das Produkt selbst und SAP im Rahmen eines kundenspezifischen Entwicklungsprojektes zu integrieren.

Inzwischen ist nicht nur die Integration mit SAP ein wichtiges Kriterium, sondern auch in andere Welten, wie etwa Microsoft, beispielsweise bei dokumentenintensiven Prozessen.

Sind Produkte aus fachlicher Sicht ausgewählt stellt sich die Kostenfrage. Für die Rechnung eines Business Cases sind die einmaligen und laufenden Kosten zu ermitteln. Ein entscheidendes Kriterium sind die Lizenzmodelle – klassische Lizenz mit Client- oder User-basierten Lizenzen, OpenSource, Software as a Service (SaaS), um nur die

bekanntesten zu nennen.

Um den Business Case zu ermitteln sind auf der Kostenseite einmalige Kosten – Einführungsprojekt und Lizenzen – und laufende Kosten – Lizenzen, Wartung und Betrieb – zu betrachten. Dem ist der Nutzen gegenüberzustellen, der sich u.a. aus Aspekten wie Ersparnis der Prozesskosten, verbesserte Qualität, höhere Kundenzufriedenheit und weitere Ersparnisse zur bestehenden Lösung zusammensetzt.

Redaktion: Wer sind die Entscheidungsträger in den Unternehmen?

Buchholtz: Das ist ein wichtiger Aspekt, der gern unterschätzt wird. Wir treffen im Wesentlichen auf die Stakeholder IT-Abteilung und Fachbereich.

Hier treffen zunächst unterschiedliche Anforderungen aufeinander, die auf den ersten Blick oftmals konträr sind. Bei näherer Betrachtung lassen sich diese aber durchaus vereinen.

Die IT Abteilung besitzt die Hoheit über die IT Strategie des Unternehmens und muss auch nach Einführung eines Projektes den Betrieb sicherstellen und

gegebenenfalls die anfallenden Betriebskosten tragen. Entwicklungsintensive Projekte bedeuten, entweder Know-how in der IT-Abteilung vorhalten oder externe Dienstleister für den Service beauftragen.

Die Fachabteilung nutzt tagtäglich die Anwendungen. Für sie stellen sich ganz andere Prioritäten. Es spielen Kriterien wie etwa Akzeptanz, leichte und intuitive Bedienbarkeit eine Rolle. Aber selbst in der Fachabteilung trifft man mehrere Lager an, den SAP Power-User und den Gelegenheits-User. Beide Parteien müssen berücksichtigt werden.

Wir stellen in unseren Kundenkontakten immer wieder fest, dass die Anforderungen des Fachbereiches bei der Produktauswahl im ersten Schritt im Vordergrund stehen. Im weiteren Auswahlprozess gewinnen dann neben den fachlichen Anforderungen die IT Bedürfnisse an Bedeutung.

Redaktion: Wo ist der Einsatz von SAP besonders zu empfehlen und wo sehen Sie die Potenziale einer AddOn-Ergänzung zu den SAP Modulen?



SAP ist ein langjährig gewachsenes Produkt. In die Produktstrategie der SAP sind die Erfahrungen vieler Kunden aus verschiedensten Branchen eingeflossen. Die Kernprozesse eines Unternehmens lassen sich umfassend im SAP abbilden. Eine SAP Einführung ist jedoch kosten- und zeitintensiv. Deshalb ist es sinnvoll für spezielle Prozesse, die sich entweder nicht im SAP Standard abbilden lassen oder für die SAP selbst

AddOns anbietet genau hinzuschauen. Inzwischen gibt es eine Vielzahl von Produkten anderer Hersteller rund um SAP. Für viele Softwarehersteller versteht es sich als Selbstverständlichkeit eine Integrationsmöglichkeit in SAP anzubieten. Nur Produkte, die sich in komplexe IT Landschaften integrieren lassen können langfristig erfolgreich sein.

Redaktion: Hand aufs Herz. Immer wieder hört man das Pro und Contra um den Aufwand bei der Einführung von SAP Lösungen. Welche Methodik würden Sie empfehlen, um Projekte im Budgetrahmen zu halten?

Buchholtz: Best-Practice-Lösungen oder wie SAP ihre Produkte nennt Rapid Deployment Solutions sind das Schlagwort für kurze Einführungszeiten und fixierte Budgets.

Best-Practices führen die Erfahrungen aus verschiedensten Projekten und Prozessvarianten in einer vorkonfigurierten Lösung zusammen. Oft sind sie zum Festpreis zu erhalten und mit der Installation produktiv einsetzbar.

Ein weiterer Aspekt: Der Anwender

kann häufig seine Anforderungen nicht detailliert spezifizieren. Dann ist es sinnvoll in einer ersten Stufe den Best-Practice einzuführen. Nachdem die Akzeptanz geschaffen und erste Erfahrungen im produktiven Einsatz gewonnen wurden, werden in einer zweiten Stufe die unternehmensspezifischen Anpassungen und Optimierungen durchgeführt.

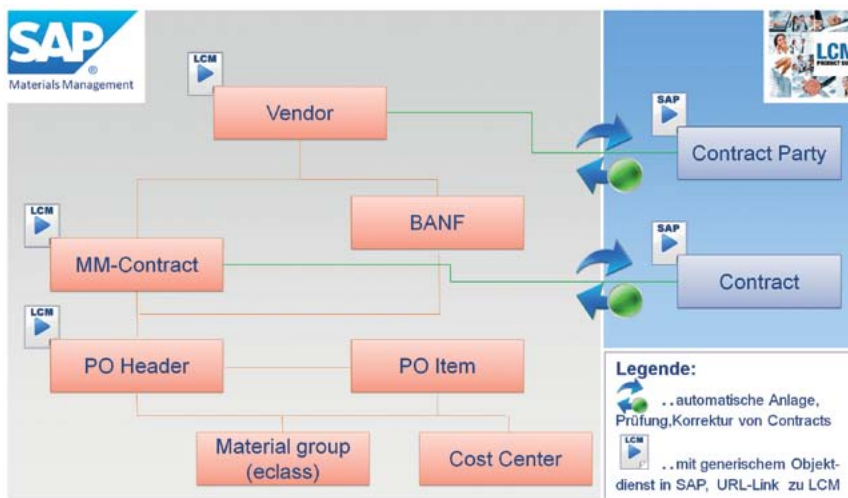


Abbildung: automatisierte Contract im Bestellvorgang (SAP-MM) und Vertragswesen (LCM)

Der Kunde kann die Potenziale, die in einem Produkt stecken, erkennen. Dieses Vorgehen führt regelmäßig zu verringerten Zusatzanforderungen und dezimiert die kundenspezifischen Anpassungen am Produkt was langfristig die Betriebskosten senkt.

Bei komplexeren Einführungs- bzw. entwicklungsintensiven Projekten, ist ein agiles bzw. prototypisches Vorgehen hilfreich. Diese Vorgehensweisen erlauben es rasch auf geänderte Anforderungen des Kunden einzugehen bzw. zeitnah bei Fehlentwicklungen gegenzusteuern.

Redaktion: Sie begleiteten viele SAP Einführungs- und Integrationsprojekte. Dabei sind Sie die Nahtstelle zum externen Non-SAP-Anbieter im Projekt. Wie muss eine Zusammenarbeit gestaltet sein, um für den Kunden die beste, oder besser pragmatischste Lösung zu erarbeiten? Was sind die Knackpunkte um aus Kundensicht die Berater im "Gleichschritt" erscheinen zu lassen?

Buchholtz: Voneinander Lernen heißt das Motto. Um integrative Projekte erfolgreich abzuwickeln, haben wir uns ein Netzwerk von Partnern aufgebaut. Wir bringen unser SAP Know-how ein, unsere Partner ihre Speziallösungen und -services. Durch die enge Zusammenarbeit, nicht nur in Projekten, sondern bereits im Produktdesign, schaffen wir den Erfahrungsaustausch und richten die Strategie u.a. an den Technologietrends

der SAP Produkte aus. Bei der Wahl einer Software sollte also nicht nur das Produkt selbst und seine Integrationsfähigkeit betrachtet werden, entscheidend ist die Erfahrung des Einführungsteams.

Nur ein Hersteller bzw. Beratungshaus, das SAP versteht, ist auch in der Lage eine reibungslose Abwicklung eines Einführungsprojektes sicherzustellen. Die Fähigkeit End-To-End Prozesse mit dem Kunden gemeinsam zu designen, die sich in die

bestehende IT und Prozess-Landschaft einbetten, ist der ausschlaggebende Faktor, der über Erfolg oder Misserfolg entscheidet.

Ein weiterer Faktor: Alle Beteiligten müssen eine Sprache sprechen. Das klingt banal, ist es aber nicht. Nur wenn IT, Anwender und Berater auf derselben Ebene miteinander kommunizieren, können die Bedürfnisse des Kunden verstanden und umgesetzt werden. Die Kunst besteht darin gleichermaßen die IT und den Anwender in das Design zu involvieren. Am Ende entscheidet der Anwender über die Akzeptanz eines Produktes.

Redaktion: Welche technologischen Trends sehen Sie in den nächsten Jahren?

Buchholtz: Bei den Trends des SAP-Portfolios gibt es zwei Handlungsstränge – einmal bemessen an der Verfügbarkeit und zum anderen an der Usability. Beide Kriterien sind Haupterfolgskriterien

ren heutiger SAP-Projekte. Bei Mobility steht die Verfügbarkeit (überall und immer) im Vordergrund – die Usability wurde anfangs unterschätzt – aber genau dieses Kriterium entscheidet über Sein oder Nichtsein. Deshalb ist es wichtig sich mit Mobility Use Cases umfassend mit potenziellen Anwendern auseinanderzusetzen. Welche Informationen werden immer und überall benötigt? Welcher Prozess verdient es mobil verfügbar zu sein? Mobility bedeutet nicht SAP mobil zu machen. Weniger ist oft mehr. Ein Prozess muss auf das Wesentliche komprimiert werden, damit er Smartphone tauglich wird.

Redaktion: Wenn wir nun noch abschließend in die berühmte Glaskugel schauen: Wo sehen Sie die größten Potenziale für die Zukunft, in einer homogenen SAP oder in einer differenzierten, integrierten IT Landschaft?

Buchholtz: Der Lifecycle von Softwareprodukten wird immer kürzer. Ähnliche Trends sind auch in den Märkten zu beobachten. Durch den globalen Wettbewerbsdruck stehen unsere Kunden vor der Herausforderung sich

Wir bringen unser SAP Know-how ein, unsere Partner ihre Speziallösungen und -services.

schnell an geänderte Marktsituationen anzupassen. Das Kunden-, Lieferanten- und Partnernetzwerk eines Unternehmens ist permanent in Bewegung. Somit müssen sich die Prozesse ebenfalls anpassen.

Damit stehen bei dem Auswahlprozess Aspekte wie kurze Einführungszeiten, minimierter TCO und Flexibilität im Vordergrund. Eine Konzentration auf das Prozesswissen und schnell verfügbarer und nutzbarer Content – das ist die Zukunft.

Es wird das Produkt ausgewählt, das ohne großes Implementierungsprojekt eingeführt werden kann. Es soll smart, bedienerfreundlich und flexibel sein und sich dabei in die bestehende IT Landschaft einbetten lassen. Die Kern-

prozesse sind mit SAP realisiert und verändern sich nicht so stark. Die Landschaft außerhalb der Kernprozesse jedoch ist in ständiger Bewegung. Die

differenzierte IT Landschaft ist bereits heute in vielen Unternehmen Realität und nicht mehr wegzudenken. Bedingt durch den Aufwärtstrend im Bereich Cloud Computing, SaaS, Mobility usw. wird die Heterogenität in den nächsten Jahren zunehmen.

Redaktion: Vielen Dank Frau Buchholtz für dieses Gespräch und weiterhin viel Erfolg.



Consenso ist ein Beratungshaus und bietet neben tiefem Prozess-Know-how in den Zielbranchen die Kompetenz, Drittprodukte zukunftssicher und investitionsgeschützt nach SAP zu integrieren. Der Branchenfokus liegt hierbei auf Handel, Pharma/Chemie und Manufacturing/Automotive. Consenso liefert diese als ausgezeichnete SAP Special Expertise Partner in verschiedensten Bereichen. Über 100 Projekte wurden seit Gründung erfolgreich realisiert. Zu den Referenzen zählen namhafte Unternehmen der jeweiligen Branchen. Für Consenso arbeiten derzeit circa 100 festangestellte Mitarbeiter und eine Reihe von freiberuflichen Kollegen mit einer typischerweise langfristigen Ausrichtung an insgesamt fünf Standorten: Bielefeld, Walldorf, München, Zürich, Riga.

www.consenso.de



Die Cloud auf Wolke sieben?

Meinungsbeitrag von Henrik Hausen

Der viel zitierten „Cloud“ gehört die Zukunft. Warum? Weil sie dabei ist, die Welt zu verändern, im privaten wie im geschäftlichen Leben. Stellt sich die Frage, warum wird in vielen mittelständischen Unternehmen ihre strategische Bedeutung noch nicht erkannt? Warum schlägt der Idee Cloud, vielleicht nicht gleich eine Woge des Vertrauens, wohl aber eine aus gespannter Neugier und Zuversicht entgegen? Cloud ist innovativ, spannend, schafft Freiraum. Gleiches gilt zum Beispiel für Apple-Produkte. Glaubt man Zukunftsforschern wie Sven Gábor Jánsky wird mit der Cloud gerade über das künftige Betriebssystem unseres (Arbeits-)Lebens entschieden. Woher also kommt die Zurückhaltung? Dass die Technologie, auf der sie beruht, noch recht jung ist, reicht als Begründung nicht aus. Im Automobilsektor „verschlingen“ wir geradezu jede technische Neuerung. Von Zurückhaltung kaum eine Spur. Im Gegenteil, jedes neue Feature erfüllt uns mit Stolz. Egal, ob dieses vollständig ausgereift ist oder nicht.

Zugang finden

Wir müssen also nach den Gründen suchen, warum die Cloud vielerorts noch „on hold“ steht. Meines Erachtens hat das zwei Gründe: Erstens ist die Herangehensweise verbesserungswürdig. Zweitens, und eng damit verbunden, liegt es an dem, was vermittelt - oder besser gesagt gerade nicht vermittelt wird. Denn bei der Diskussion um die Cloud sollten wir den Kern nicht vergessen: Die Funktionen. Mittelständische Unternehmen wollen und brauchen Funkti-

onen, um ihre Prozesse zu managen und zu optimieren. Diese müssen wir ihnen geben. Das ist die Mission. In jedem Gespräch mit IT-Verantwortlichen und Geschäftsführern muss dieses Thema ganz oben auf der Agenda stehen. Wir müssen klar machen, dass wir etwas für sie haben, nämlich branchen- und prozessspezifische Funktionen, anhand derer sie ihr Geschäft unterstützen und voranbringen können.

Wir müssen klar formulieren, welchen Nutzen sie davon haben. Erst danach können wir darüber reden, welches Modell oder Technologie diesen zugrunde liegt und welche weiteren Vorteile sich

„Für mittelständische Unternehmen wird die Cloud ... zusätzliche Möglichkeiten schaffen, um sich im Wettbewerb mit Branchenriesen und mit derzeitigen oder künftigen Werkbanken durchzusetzen. Und das mit einer hohen Datensicherheit.“

daraus ergeben - eine erhöhte Flexibilität zum Beispiel, wenig(er) Infrastruktur oder geringere Kosten. Einem Spediteur macht der Verkäufer in der Regel auch erst einmal den LKW schmackhaft, bevor er ihm das Finanzierungs- und das Bezugsmodell erläutert. Durch das richtige Vorgehen und durch die richtige Zielgruppenansprache gilt es, erst einmal Zugang zum Mittelstand zu finden. Ist dieser gefunden, erschließt sich die strategische Bedeutung der Cloud und der deren Lösungen fast von selbst.

Kein Limit

Diese liegt zweifelsohne in einer enormen Flexibilisierung. Geschäftsmodelle werden kaum noch limitiert sein. Gegenwärtig kann keine ERP-Software all die Funktionen abdecken, die ein Unternehmen braucht, noch nicht einmal die umfangreichste Standardlösung der Welt. Fast immer gibt es Aufgaben oder ganz eigene Abläufe in Unternehmen, die Spezial- oder Zusatzsoftware erfordern. Daran wird sich auch in Zukunft nichts ändern - mit einem Unterschied. Den Unternehmen wird dann ein Baukasten an cloud-basierten Web-Services zur Verfügung stehen, der sie zu

mondänen Bauherren ihrer Prozesse und Geschäftsmodelle macht. Denn diese werden sich deutlich flexibler und facettenreicher gestalten lassen als heute.

Das Alleinstellungsmerkmal (Unique Selling Proposition, USP) „auf die Straße zu bringen“ wird leichter werden, da sich die Web-Services beliebig und unzählig miteinander kombinieren lassen,

bis der komplette Prozess abgedeckt ist. Unternehmen werden sich dadurch neue oder ganz andere Wettbewerbsvorteile erarbeiten können. Prozesse, die heute nicht richtig abgebildet werden können, weil sie (zu) speziell oder kompliziert sind, lassen sich so nach Belieben unterstützen. Grenzen, die aufgrund des heutigen Systems - „eigene Software auf eigener, ressourcen- und kostenintensiver Hardware“ - gezogen werden müssen, wird es dann nicht mehr geben. Für mittelständische Unternehmen wird die Cloud dadurch zusätzliche Möglichkeiten schaffen, um sich im Wettbewerb

mit Branchenriesen und mit derzeitigen oder künftigen Werkbanken durchzusetzen. Und das mit einer hohen Datensicherheit.

Die Sicherheit der Daten ist gegeben

Die Sicherheit der Daten ist gegeben, ja sie wird sogar bald keine Rolle mehr spielen. Wenn man die Sicherheitsvorschriften und -zertifikate betrachtet, deren Einhaltung die Rechenzentren heutzutage nachweisen müssen, erübrigt sich eigentlich jetzt schon jegliche Diskussion darüber. Der Sicherheitsstandard dort ist deutlich höher als bei Unternehmen, die ihre Daten auf eigenen Servern halten. Hinzu kommt, dass eine hauseigene Datensicherung zeit- und kostenaufwendig ist. Beides lässt sich an anderer Stelle besser investieren, zum Beispiel, um zu überlegen, wie und wann ein Unternehmen neue Produkte auf den Markt bringt, wie es die Fertigung

effizienter gestalten, das Lager verringern oder den Kundenservice verbessern kann. Wer die Diskussion aufmerksam verfolgt, stellt ohnehin fest, dass es weniger um die Sicherheit der Daten geht, als vielmehr darum, die physische Kontrolle über die Daten abzugeben. Im Zeitalter der Mobilität obliegt diese aber sowieso den Unternehmen nur noch eingeschränkt. Viele Daten sind via Smartphones und Tablet-PCs bereits so verstreut, wie nie zuvor. Oder sie werden via Soziale Medien bereitwillig öffentlich preisgegeben. Die Datensicherheit ist - wenn überhaupt also - ein Argument, das für die Cloud spricht.

Schritt voraus

Ich teile die Meinung von Sven Gábor Jánoszy, die Cloud wird das künftige Betriebssystem unseres (Arbeits-)Lebens sein. Anbieter von Lösungen werden die Architekten des Service-Hauses ihrer Kunden sein. Bereits in fünf Jahren werden viele - wahrscheinlich nahezu alle - Branchen davon profitieren. Immer mehr Lösungen werden auf den Markt kommen und bestehende Cloud-Software wie SAP Business ByDesign durch Web-Services aller Art ergänzen. Die Entwicklung wird ähnlich wie bei den Apps rasend schnell gehen. Sogar große Unternehmen werden in absehbarer Zeit in die Cloud gehen. Nicht nur, um einzelne Niederlassungen anzubinden, sondern um damit unternehmensweit Prozesse zu steuern. Es wäre gut, wenn der Mittelstand bereits dort und diesen strategischen Schritt voraus wäre.



Henrik Hausen ist

Vorstand der ALPHA Business Solutions AG. In dieser Funktion ist er verantwortlich für die Geschäftsbereiche Marketing und Vertrieb und baut die Marktposition der ALPHA Business Solutions AG als ERP-Lösungsanbieter im proALPHA-Umfeld weiter aus. Zuvor verantwortete der studierte Wirtschaftsinformatiker Hausen als Vertriebsleiter Westeuropa der Freudenberg IT KG in Weinheim die erfolgreiche Vermarktung von ERP-, MES- und Outsourcing-Dienstleistungen. Davor war Hausen als Vertriebsleiter Süd für das mittelständische Systemhaus Steeb Anwendungssysteme GmbH und in unterschiedlichen Vertriebspositionen für die SAP AG in Walldorf tätig. Seine berufliche Karriere begann Hausen im Jahr 1992 bei der DCW Software GmbH, wo er in mehreren Unternehmensbereichen des Mannheimer Softwareherstellers und -dienstleisters tätig war.

www.abs-ag.de

Mit freundlicher Genehmigung von CHEFBÜRO - IT- & Business-Magazin für Führungskräfte.





Zur Person

Steffen Schaar ist seit 2011 Mitglied der Geschäftsleitung der The Quality Group mit der Verantwortung für Vertrieb, Marketing und Compliance. Nach Abschluss seines Studiums an der TU Dresden als Dipl.-Ing. Informatik war er vier Jahre als Leiter der Entwicklung für Softwareprojekte tätig, bevor er dann weitere fünf Jahre als Projektleiter und Senior Consultant in der Beratung von Unternehmensprozessen für Personalmanagement und -planung arbeitete. In den letzten zehn Jahren war Steffen Schaar als Director Business Unit und Mitglied im Managementboard im Bereich Human Resources Solutions verantwortlich.

EIM - Ansatz oder Wirklichkeit?

Meinungsbeitrag von Steffen Schaar

Regeln für unternehmensweite Kommunikation und der Bedarf an strukturierten Informationen sind nicht neu. In den Medien lesen wir fast täglich von Pannen oder Verfehlungen in der Industrie, Wirtschaft oder Politik. Woran liegt es, dass die Praxis der nachhaltigen Gestaltung der Informationsprozesse in den Unternehmen noch so stiefmütterlich behandelt wird? Ist es nur die fehlende Nutzenargumentation gemäß dem Motto „das ging doch auch seit 20 Jahren ohne“? Oder muss nur das Bewusstsein, die sogenannte „Awareness“, geschärft werden, um der Informationsflut Herr zu werden? Meiner Meinung nach von allem etwas – aber vor allem geht es um die Menschen!

„Auf dem Wege von einer Industrie- zu einer Informationsgesellschaft“ formuliert ein renommiertes Recruiting Unternehmen in seiner neuesten Umfrage und stellt dabei die Frage, welche Anforderungen Wissensarbeit heute schon in den Unternehmen einnimmt.

Wo sind Wissensarbeiter im Spannungsfeld der Unternehmen angesiedelt? Ergänzend zu diesem Gedanken, möchte ich meine Erfahrungen und Beobachtungen der letzten Jahre zum Thema „Wie entwickelt sich die Methode Enterprise Information Management in der Praxis“ darstellen. Ganz besonders unter dem Eindruck der noch im

Verborgenen liegenden Potenziale und der damit verbundenen Nutzenargumentation.

Aber der Reihe nach. „EIM ist Kommunikation“ so habe ich den Status vor gut

Die Methode im Ansatz greift! Das ist die positive Botschaft!

einem Jahr formuliert. Das allein reicht aber schon heute nicht mehr aus. Warum? Nach nur einem Jahr? Wir müssen

das verstehen: das Informationszeitalter meint es ernst – ja, es will uns überrollen. Was können wir dafür tun, es zu gestalten und nicht in die Schublade der „alten Bremser“ gesteckt zu werden?

Um Herr der Lage zu werden, müssen Regeln, Gesetze und Verfahrensanleitungen her. Der Papierberg wächst. Die Prozesse werden schneller geändert als standardisiert. Der Druck auf

Nachweispflicht bei Fehlern und Risiken steigt stetig. Das spüren Sie vor allem in den Unternehmen. Die Lösung heißt

noch immer: Enterprise Information Management – strukturierte Informationen zur richtigen Zeit, am richtigen Ort. Nachhaltig, abteilungsübergreifend, transparent!

Die Methode im Ansatz greift! Das ist die positive Botschaft. Immer mehr Unternehmen stellen ihre administrativen Prozesse auf den Prüfstand und erkennen das Potenzial in der Risiko-



vertragen

und Compliance(ab)sicherung. Die Ergebnisse der Unternehmen werden mittlerweile in nicht unwesentlichen Größenordnungen von diesen Faktoren beeinflusst. Die Manager entdecken für sich die Notwendigkeit aber auch den Nutzen, das Unternehmens-Know-how, Ihren Wissensvorsprung, ihre Marken, die Verträge oder auch die Lieferantenvereinbarungen elektronisch abgesichert

zu managen. Das ist nur der Anfang, denn Fakt ist auch, dass noch immer in über 80 % der Fälle wichtige Informationen in unstrukturierten Texten und Dokumenten vorliegen. Die Produktivität im Umgang und der Nutzung von Wissen stagniert. Die Risiken nehmen mit steigender Anzahl von Compliance relevanten Vorgängen und Verträgen zu. Verschiedene Studien belegen dies. Gewinnen der Wissensdrang und die



dokumentieren

Innovationen den Wettlauf gegen die Vernunft und Anwendbarkeit in der Praxis? Ist kurzfristiger Erfolg immer noch wichtiger als nachhaltiger Nutzen, der die Überlebensfähigkeit von Unternehmen sichert – und das nach der Wirtschafts- und Finanzkrise?

Ich sage: „Nein“. Wir müssen nur eines bedenken, die Technik ist nur ein Maß

unserer gesellschaftlichen Intelligenz. Sie ist nicht aufzuhalten. Das wichtigste aber ist, diesen Fortschritt nicht von den Menschen in den Unternehmen oder Organisationen zu entkoppeln. Die Defizite in der Unternehmenspraxis sind offensichtlich und scheinbar allen transparent. Die Argumente täglich fassbar: „Unkenntnis bei Risikobereichen, fehlende Ressourcen und Kontrolle oder auch mangelnde Bekenntnisse“.



wiederfinden

Also leite ich daraus den Anspruch ab, die Prozesse machen die Menschen und umgekehrt. „Das wichtigste sind unsere Mitarbeiter!“ – diesen Satz hört und liest man sehr oft in den Hochglanzbroschüren der Unternehmen. Zu oft nur eine Floskel, denn die Praxis muss dies erst noch beweisen und EIM ist dabei ein KPI (Key Performance Indikator).

SIAB[®]
Optimize Your Business

Wir verbinden, was viele Geister scheidet.



... Unternehmensprozesse einfach steuern!

www.siab.at



Wissen

Wenn man einer Studie unter Managern Glauben schenken darf, dann sind mehr als 45 % unzufrieden mit der Effizienz ihrer Organisation, fragen sich allzu oft, warum Inhalte der Verträge und Vereinbarungen nicht gelebt oder bekannt sind. Klar ist allen, dass Compliance und Risikomanagement langfristige Voraussetzungen für gute unternehmerische Entscheidungen sein müssen. Wieso ist dann der bewusste Vorgang oder der Weg zu mehr und notwendiger Transparenz, Nachhaltigkeit und Wissen in den Organisationen oft so schwierig? Meiner Erfahrung nach kann ich dieser Frage mit dem abgewandelten Spruch beantworten: „Vertrauen ist gut – Verträgen ist besser“. Nahezu jede unternehmerische Entscheidung basiert auf einer vertraglichen Vereinbarung und trotzdem wird diesem wichtigen Thema bisher mit zu großem Abstand oder ungenügender Aufmerksamkeit begegnet. Es ist eine Managementaufgabe und -verantwortung, wie aus einem übergreifendem Wissenmanagement ein nachvollziehbares praktikables Handlungsmanagement abgeleitet wird. Prozesse müssen messbar sein, um daraus kontinuierliche Verbesserungsschritte ableiten zu können. „Festlegen – verstehen – umsetzen“ – einfach klar und verständlich. Denn das Zahlen-Daten-Fakten-Wissen aus den Unternehmensdaten (ERP-Systeme) mit den Informationsprozessen der Organisationen zu verankern, ist

Handeln

der Kerngedanke von Enterprise Information Management. Für die Gestaltung und Umsetzung im täglichen Geschäft in den Stabsstellen wie Legal, Compliance, Einkauf oder Qualitätsmanagement sind nachhaltige Informationen notwendig. Moderne Systeme und Lösungen, wie z. B. LCM, eine der führenden EIM-Lösungen von TQG, verknüpfen die Zahlen-Daten-Fakten mit den fachbereichsspezifischen Anforderungen aus den Abteilungen und offerieren Potenziale für den kontinuierlichen Verbesserungsprozess.

Auch in den Bereichen, die landläufig als Kostenverursacher abgestempelt werden, gibt es keinen Stillstand oder zementierte, ewige Prozesse. Der Lebenszyklus von EIM ist endlos und

Erfolg sichern!

erschöpft die Energie aus den ständig neuen Herausforderungen nach Erfassung, Bewertung, Reporting und Entscheidung für die Verbesserung der Prozesse im täglichen Ringen um Wettbewerbsfähigkeit, Regel- und Gesetzeskonformität sowie Ertrag. Es bleibt ein Rätsel, warum immer noch viele Menschen in den Organisationen und Unternehmen ziemlich leichtsinnig mit dem kostbaren Gut „Information“ umgehen. Das wird sich ändern! So schnell wie sich das Internet in unserem täglichen Leben eingenistet hat, so rasant wird unser Bewusstsein im Umgang mit Informationen steigen.

EIM schafft durch Transparenz eine Verbindlichkeit und Motivation bei den Mitarbeitern. EIM integriert sie in die Verantwortung bei der Gestaltung der Prozesse (z. B. Dokumenten- und Ablageprozesse). EIM verkürzt und





optimiert unnötige Zeitaufwände bei Recherchen und Wiedervorlagen, lässt also Ihr wichtiges Gut – Ihre Mitarbeiter – aktiv am Gestaltungsprozess zur „papierlosen Administration“ teilhaben.

Die Argumente liegen nicht nur auf der sprichwörtlichen Hand. Der Wandel hat aktuell begonnen und die Botschaft aus Wissensmanagement Handlungsmanagement abzuleiten ist in den Unternehmen spürbar – das finde ich absolut motivierend. Die Zahlen der Anfragen nach Lösungen für Vertragsmanagement, Akten- und Vorgangsverwaltung oder Compliance steigen stetig an. Nachdem im letzten Jahrzehnt in den Unternehmen die Wertschöpfungsprozesse

ständig optimiert und verbessert worden sind, haben die Manager die Potenziale in der administrativen Organisation nun offensichtlich erkannt. Die Ergebniswirksamkeit der Nichteinhaltung von Compliance-, Regel- und Gesetzes-

verpflichtung. Das Bewusstsein „compliant zu sein“ reicht nicht mehr aus. Die Integration in die Organisation ist nicht mehr nur ein Thema von Schulungen, vielmehr ist die operative Nachhaltigkeit gefragt. Termintreu, nachhaltig, transparent – von Mitarbeitern in der Verantwortung für alle Mitarbeiter verbindlich! Im Zeitalter der Wissensgesellschaft wird dieser Leitsatz wichtiger denn je. Denn Wissen ist Macht – nicht wissen, ist kein Kavaliersdelikt mehr!

Wissen ist Macht – nicht wissen, ist kein Kavaliersdelikt mehr!

verstößen als auch die zunehmenden Risiken beim Wissensmanagement im Umgang mit Dokumenten, Verträgen und Akten werden dazu beitragen, dass die gesamtheitlichen Abläufe noch mehr auf dem Prüfstand stehen. Die oftmals zertifizierte oder auch nur gelebte Qualitätssicherung ist eine Unternehmens-

Vortrag von Steffen Schaar zu diesem Thema: www.youtube.com/watch?v=Ywd8amO9a4c



100 % Klarheit in den Prozessen

Prozessoptimierungen in der Organisation > 30%

messbar transparente Abläufe (inTime, InQuality)

100% auffindbare Dokumente, Verträge, Akten

verbesserte Motivation der Mitarbeiter

VORSPRUNG.

Durch den richtigen Kurs.



Zahlen machen Vorsprung sichtbar. Der Weg dorthin sind transparente Prozesse und deren Ausrichtung auf die Bedürfnisse Ihrer Kunden. Potenziale werden erkannt und gehoben. Neue Käuferkreise werden erschlossen, langfristige Beziehungen aufgebaut und gepflegt.

Consenso bietet dafür den perfekten Blickwinkel: Den integrativen Aspekt über Systemgrenzen hinweg. Wir verbinden und begleiten. Von der strategischen Ausrichtung über die Umsetzung bis zur Betreuung.

**Wir sind für Sie da.
Von der Strategie bis zur Umsetzung.**



Mehr Compliance wagen.

Integration einer Compliance Kultur in einem multilateralen Unternehmen.

Für den wachsenden Erfolg eines international tätigen Unternehmens ist Vertrauen unerlässlich, davon ist die Germanischer Lloyd Gruppe (GL Group) überzeugt. Eine gute Zusammenarbeit beruht auf dem Vertrauen der Kunden und Geschäftspartner, der Mitarbeiter und des jeweils lokalen Unternehmensumfeldes. Voraussetzung dafür ist die konsequente Einhaltung hoher Maßstäbe sozialen Verhaltens.

Im Jahr 2007 hat sich die GL Group daher entschieden, eine Compliance Organisation einzurichten. Denn korrektes und ethisches Verhalten aller Beteiligten trägt zur Sicherung des wirtschaftlichen Erfolgs bei. Die Compliance Organisation soll institutionalisiert sicherstellen, dass unternehmensweit Management und Mitarbeiter gesetztes- und richtlinienkonform tätig sind. Auch selbst auferlegte Werte des Unternehmens sollen von Mitarbeitern wie auch dem Management im Arbeitsalltag eingehalten werden.

Als erster Schritt wurde Mitte Oktober 2008 ein Verhaltenskodex, ein Code of Conduct, entwickelt. Dieses Dokument bildet die Grundlage für alle anzuwendenden Compliance Regeln und zu berücksichtigenden Verhaltensweisen bei der Durchführung von Geschäften. Der Code of Conduct demonstriert das Engagement und die Verpflichtung des Vorstands, aller Führungskräfte und Mitarbeiter weltweit, nach den Compliance Regeln zu handeln.

Inhaltlich adressiert der Code of Conduct, u.a. den Anti-Korruption Grundsatz, das Verhalten bei Annahme und Gewährung von Geschenken, die Tätigkeit des Ombudsmanns, das Verhalten im Wettbewerb, den Umgang mit vertraulichen Informationen, sowie Richtlinien zu geistigem Eigentum und Know-how. Den Code of Conduct der GL Group kann jeder — interne sowie externe Interessenten — auf der Homepage der GL Group einsehen. Das Dokument ist auf Englisch, Deutsch,

Spanisch und Chinesisch als PDF-Datei zum Download bereitgestellt.

Mit der offiziellen Einführung war die Arbeit jedoch nicht getan. Um eine aktive Integration in die GL Group zu garantieren, wurden alle Tochterunternehmen der GL Group verpflichtet den Code of Conduct zu übernehmen. Jeder Mitarbeiter musste eine Verpflichtungserklärung abgeben. Heute beinhaltet jeder Anstellungsvertrag eine solche Verpflichtung zur Einhaltung des Code of Conduct.

Die Aufstellung und Einführung des Code of Conduct als Basis der neuen Compliance Organisation ist nun erfolgreich abgeschlossen. Der nächste, und vermutlich schwierigste Schritt im Einführungsprozess ist, eine Compliance Kultur im Unternehmen weiter zu entwickeln und nachhaltig zu pflegen. Für die Verantwortlichen steht fest, Kommunikation, Information und Training sind notwendig um sicherzustellen,



dass jeder Mitarbeiter die Bedeutung von Compliance für sich selber, aber auch im Hinblick auf den Erfolg des Unternehmens versteht und mitträgt. Die Mitarbeiter sollen sich mit der Compliance Kultur der GL Group identifizieren und sich dafür engagieren. Regeln im Umgang mit Agents, Beratern und Geschäftspartnern müssen dabei beachtet werden. Wenn Verstöße gegen die Compliance Grundsätze vermutet oder entdeckt werden, muss klar sein, welches Verfahren zu befolgen ist. Allen Mitarbeitern müssen die Konsequenzen von Diffamierungen bewusst sein. Zudem sind mögliche Sanktionen, die ein Verstoß gegen die Compliance Grundsätze nach sich zieht, transparent zu vermitteln.

Hierzu wurde in allen Regionen von dem Global Chief Compliance Officer „Kick-Off Compliance“ Veranstaltungen für das operative Management durchgeführt. Weiterhin wurden regionale Compliance Kontaktpersonen ernannt und ausgebildet. Diese führen Trainings in kleineren Einheiten für die Mitarbeiter durch. Zusätzlich wurde im Jahr 2009 ein international umsetzbares E-Learning Tool eingeführt, bei dem die Inhalte den Unternehmensspezifika der GL Group angepasst wurden. Das E-Learning Tool kann auf Deutsch oder auf Englisch absolviert werden und beinhaltet jeweils einen Test am Ende. Dieser fasst das im Modul vermittelte Wissen zusammenfassend ab, und konfrontiert den

Benutzer auch mit Beispielen aus der Praxis. Das E-Learning Tool ermöglicht den Nachweis, dass jeder Mitarbeiter der GL Group das Training durchgeführt hat, was unter anderem im Hinblick auf den UK Bribery Act von großer Wichtigkeit ist. Jeder neue Mitarbeiter muss innerhalb des ersten Monats seiner Beschäftigung das E-Learning Tool absolvieren. Die Compliance Organisation, der Code of Conduct, sowie die darin enthaltenen Antikorruptions- und Geschenkerichtlinien werden hier den Mitarbeitern vermittelt. Vertriebsmitarbeiter und Mitarbeiter mit Kundenkontakten werden zusätzlich im Wettbewerbsrecht geschult.

Die GL Group hat innerhalb von vier Jahren aufgrund mehrerer Zukäufe ein stark verändertes Unternehmensprofil erlangt. In dem derzeit 6.700 Mitarbeiter starken Unternehmen wurde eine veränderte

Unternehmensstruktur eingeführt. Enorme Veränderungen in den Prozessen wurden vorgenommen, welche auch mit Ausgaben verbunden waren. Die Entschlossenheit der GL Group Unternehmensführung, sich auch in dieser schwierigen Phase des Umbruchs für eine Entwicklung einer Compliance Kultur zu entscheiden, spiegelt wider, wie wichtig diese in Zukunft für den wirtschaftlichen Erfolg des Unternehmens sein wird. Weltweit erlangt die Einführung von mehr Compliance stetig an Beachtung. Die GL Group ist mit diesem Schritt zu einem Vorbild für andere multilaterale Unternehmen geworden. Durch die Vermittlung des Code of Conduct reduziert die GL Group die Haftungsrisiken für das Unternehmen. Eine, durch ethische Werte geprägte, Unternehmenskultur steigert die Unternehmensleistung und stärkt das Fundament, welches zu einem nachhaltigen wirtschaftlichen Erfolg führt.



Die **GL Group** ist ein unabhängiger Beratungs-, Inspektions- und Zertifizierungskonzern, der technische Dienstleistungen und Lösungen für die Maritime Wirtschaft sowie für Unternehmen der Energiewirtschaft anbietet. Das Unternehmen ist ein angesehener und zuverlässiger Partner für die Themenfelder Sicherheit, Effizienz und Umwelt. Dabei verbindet die GL Group auf einzigartige Weise technisches Know-how, ökonomischen Sachverstand und Kundenorientierung in seinen drei Hauptgeschäftsfeldern Maritime Dienste (Germanischer Lloyd), Öl & Gas (GL Noble Denton) und Erneuerbare Energien (GL Garrad Hassan und GL Renewables Certification).

Darüber hinaus entwickelt die Gruppe technische Normen und Regelwerke auf dem Stand der Technik und bietet Beratung, Zertifizierung, Software und Training. Die Konzernbelegschaft umfasst über 6.700 hoch qualifizierte Mitarbeiter, die weltweit in 208 Standorten und 80 Ländern beschäftigt sind.

www.gl-group.com



Markenrecht – Ihre Marken im Auge behalten

Unternehmensmarken verkörpern erhebliche Werte, erfordern jedoch auch organisatorische Maßnahmen zur Steuerung. Es kommt darauf an, den Anmeldeprozess zu überwachen oder die Markenrechte langfristig zu managen. Wer keine Fristen verpassen will, sollte auf spezialisierte Softwarelösungen zurückgreifen.

Viele Agenturen und Berater unterstützen Unternehmen erfolgreich dabei, ihre Markenwerte zu ermitteln oder bestimmte Markenpersönlichkeiten zu definieren. Allerdings fängt die eigentliche Arbeit danach erst an – und diese interne Markenimplementierung kommt mitunter zu kurz, wenn es gilt, Mar-

ken im täglichen, unternehmerischen Handeln zu steuern und zu überwachen. Wissen alle Beteiligten etwa, wann und wofür Fristen einzuhalten sind? Dass hier ein erhebliches Nachholpotenzial liegt, zeigt beispielsweise eine aktuelle Studie des Rats für Formgebung. In weniger als der Hälfte der untersuchten

Firmen beeinflussen Marken demnach die täglichen Unternehmensprozesse. So verwundert es kaum, dass knapp die Hälfte der Entscheider die Bedeutung von Marken im eigenen Unternehmen gering einschätzt. Hier drohen deshalb erhebliche Schäden – etwa durch veräumte Fristen oder unbekannte Rechte.



Automatisierte Abläufe erforderlich

Vermeiden lassen sich derartige Schäden durch ein organisatorisch ins Unternehmen eingebettetes und in die Unternehmenssoftware integriertes Markenmanagement. Ein solches System kann alle Prozesse unterstützen, die im täglichen Umgang mit den eigenen Marken erforderlich sind. So ist es sinnvoll, das Management unternehmenseigener Schutzrechte als Teil einer umfassenden Compliance-Lösung zu sehen. Markenrechtsmanagement mit Hilfe einer Software sollte etwa markenspezifische Akten zusammenfassen, die wichtigsten Daten in einer Ansicht anzeigen, Anmeldeformulare und andere relevante Dokumente ablegen und verwalten, Markenlaufzeiten erfassen und überwachen sowie nach Marken oder Ländern ausführbare Suchfunktionen enthalten. Erhebliche Arbeitserleichterungen schafft auch eine automatisierte Maßnahmenplanung, die etwa Verlängerung, Erhaltung oder Markenverteidigung steuert. Ebenso integrieren lassen sich Automatisierung und Überwachung der Anmelde- und Genehmigungsprozesse anhand von Compliance-Checklisten und Wiedervorlagen. Damit optimieren Unternehmen ihr Markenrecht und schaffen die Voraussetzungen dafür, dieses transparent und konzernweit zu steuern und zu überwachen. Angesichts stetig zunehmender, aufsichtsrechtlicher Vorgaben profitieren die Verantwortlichen dabei auch von der Einbettung in unternehmensweite Compliance-Prozesse. Ein wichtiger Teilbereich des Markenmanagements besteht in der Beantragung der nötigen Schutzrechte. Erfolg darin hat nur, wer alle Schritte vorgabengemäß absolviert. Was selbstverständlich klingt, bindet in der Realität oftmals erhebliche Ressourcen und birgt ein gewisses Risikopotenzial. So klappt die Kommunikation zwischen unterschiedlichen Abteilungen oftmals nicht gut oder Fristen werden aus Urlaubsgründen versäumt. Derartige Gefahren lassen sich jedoch minimieren. Insbesondere die prozessgesteuerte Überwachung des Antrags und dessen Genehmigung sind eines der effizientesten Optimierungs-

potenziale einer entsprechenden Software. Diese überwacht Anmeldungen, Fristen oder die Markenverteidigung im Streitfall. Als Grundlage für den Anmeldeprozess sollten die wesentlichen Daten von Anmeldeformularen wie W7005 des DPMA dienen.

Alle Daten im Blick

Ein erfolgreiches Markenmanagement erfordert die stetige und durchgängige Verfügbarkeit der relevanten Daten. Dazu gehören Marken- und Anmelde-daten, Markenbeschreibung, Ergebnisse der Prüfung gemäß Paragraph 38 Markengesetz, Markenklassifikation,

Offt werden Fristen versäumt, weil die Kommunikation nicht funktioniert.

Prioritäten oder Gebühren. Ebenso wichtig sind Daten bei Serienanmeldungen, um Effizienzpotenziale gezielt ausschöpfen zu können. Möglich sind damit beispielsweise eine lückenlose Prozessverfolgung mit Hilfe von Checklisten, automatische Wiedervorlagen bei Terminen oder eine umfassende Prozessüberwachung im Hinblick auf die Befolgung von Compliance-Richtlinien. Wichtig für den Praxiseinsatz ist es, neben den in der Lösung direkt enthaltenen Daten auch unterschriebene und gescannte Dokumente sowie Word-, Excel- oder PDF-Dateien sowie E-Mails und Notizen ablegen zu können. Damit lassen sich alle für den Prozess des Markenmanagements

relevanten Daten strukturieren und auswerten. Noch ein wichtiger Punkt: Auch die in den Anmelde- und Verwaltungsprozess involvierten Parteien und Personen sowie deren Funktionen sind im Gesamtbild enthalten.

Teil der Compliance

Überwachen und steuern Unternehmen ihre Markenrechte mithilfe einer integrierten Lösung, schalten sie damit nicht nur erhebliche Schadenspotenziale aus, sie tragen damit einen wichtigen Teil zur Umsetzung von Compliance-Anforderungen bei. Dabei bildet das Management der Markenrechte einen wichtigen Pfeiler eines unternehmensweiten Enterprise Information Management, wie es zum Beispiel die Product Suite LCM ermöglicht. Mit Hilfe von LCM erhalten die Mitarbeiter einheitliche, nachvollziehbare und stabile Mittel zur Ablage, Dokumentation, Recherche und Wiedervorlage von Daten, Prozessen oder Dokumenten. Für den Teilbereich Markenrecht steht dabei das Modul LCM Markenrecht zur Verfügung. Damit lassen sich die eigenen Markenprozesse korrekt verwalten und steuern. Und auf derart integrierte Prozesse kommt es aufgrund umfassender Vorgaben und aus Effizienzgründen immer mehr an.

Für weitere Informationen:
www.tqg.de



Gut zu wissen

Was eine Markensoftware kann:

- Markenspezifische Akten zusammenfassen
- Wichtige Daten in einer Ansicht anzeigen
- Anmeldeformulare und andere relevante Dokumente ablegen und verwalten
- Markenlaufzeiten erfassen und überwachen
- Suchfunktionen nach Marken oder Ländern
- Eine automatisierte Maßnahmenplanung steuert etwa Verlängerung, Erhaltung und Markenverteidigung
- Automatisierung und Überwachung der Anmelde- und Genehmigungsprozesse anhand von Compliance-Checklisten und Wiedervorlagen

Klarheit bringt Erfolg.

SIAB setzt auf Transparenz bei der Optimierung von Geschäftsprozessen.

Kunden stehen heute mehr denn je vor dem Problem, die komplexen Abläufe im Unternehmen im Griff haben und dabei das vorhandene Weiterentwicklungspotenzial optimal ausschöpfen zu müssen,

um wirtschaftlich erfolgreich zu sein.

Eine gut dimensionierte, funktionierende und unterstützende IT spielt dabei eine bedeutende Rolle. Was dabei oft fehlt, ist die durchgängige Transparenz, um die richtigen Entscheidungen treffen zu können.

Hier setzt das Leistungsangebot des Linzer IT-Lösungsanbieters SIAB an. Laut dem Geschäftsführer-Team Harald Giritzer und Sascha Trathnigg liegt das Erfolgskriterium in solchen Imple-

„Mit Transparenz einen Mehrwert für Unternehmen schaffen.“

mentierungsprozessen in der optimalen Abstimmung der Leistungserstellungsprozesse der Unternehmen mit den eingesetzten IT-Systemen. Was dazu allerdings notwendig ist, ist sowohl das Prozess- als auch das technische IT-Know-how. Laut Trathnigg vereint

SIAB diese beiden Kompetenzen: „Wir bieten unseren Kunden einen klaren Überblick über den gesamten ERP-Umsetzungsprozess - von der strategischen Planung, über die Gestaltung der Prozesse und Systeme, bis hin zum effizienten Ressourceneinsatz. Das Ergebnis ist ein zeit- und ressourcenoptimierter Ablauf von IT-Implementierungsprozessen und damit ein bedeutender wirtschaftlicher Vorteil für die Unternehmen.“

Eine weitere Kernkompetenz ist der Bereich Business Intelligence. Hier wird der Schwerpunkt auf die Steuerung des Unternehmens für die unterschiedlichen Managementebenen



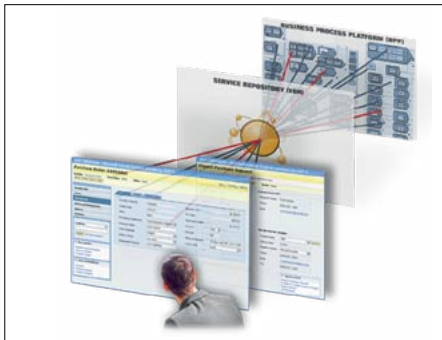


Abbildung: Übersichtliche Darstellung von ERP Daten auf einen Blick

gelegt. „Eine ganzheitliche BI-Strategie ist die Basis, um Unternehmensentscheidungen auf Knopfdruck treffen zu können, unterstützt durch die passenden Analyse- und Visualisierungsmöglichkeiten,“ so Trathnigg.

Als Antwort auf häufige Problemstellungen der Business User hat das Linzer Unternehmen die SIAB Business Cockpits entwickelt. Sie bieten eine einfache und transparente Entscheidungsgrundlage mit integrierten Dashboards zur Visualisierung der Prozesse und Kennzahlen für alle Unternehmensbereiche. Sie ermöglichen eine volle Integration einer BI-Applikation oder Non-SAP Applikation in das vorhandene SAP-System. Ergänzt mit einem Frühwarnsystem unterstützen die SIAB Business Cockpits die operative Unternehmenssteuerung effektiv und liefern eine übersichtliche Darstellung aller Daten auf einen Blick.

SIAB[®]
Optimize Your Business

SIAB Business Solutions GmbH ist ein im Dezember 2008 gegründetes IT-Entwicklungs- und Beratungs-Unternehmen mit Sitz in Linz/Österreich. Das Unternehmen bietet österreichweit und im Raum Süddeutschland rasch adaptierbare Lösungspakete (SIAB = solutions in a box) zur einfachen Planung und Steuerung der Ressourcen sowie der Prozesse in Unternehmen. Darüber hinaus bietet SIAB auch Consulting Services an, mit denen nicht nur eine bestmögliche Implementierung gewährleistet, sondern auch nachhaltiger Mehrwert für die Kunden generiert wird.

www.siab.at



People Business – auf die Menschen kommt es an!

Starker Service, sehr geehrter Herr Schaar! Den gebe ich mit einer krachenden Vorhand zurück: Verglichen mit klassischer Werbung, wo das Produkt oft schon allein für sich spricht, ist die Werbung für erklärungsbedürftige Produkte ganz anders angelegt.

Wir treten mit unserer Idee und Strategie im B-to-B-Bereich an, die alte Weisheit erfolgreich umzusetzen, dass Business immer noch „people business“ ist. Die Unternehmen und Nutzer bestätigen uns, dass dadurch der Nutzen und die Investitionen messbar werden, vor allem aber wirkungsvoller und nachhaltiger sind.

Es reicht nicht mehr Geld in die Hand zu nehmen und eine Werbekampagne oder Veranstaltung zu organisieren, wie einer unserer Kunden aus Walldorf bestätigt. Es geht nicht mehr allein nur darum sich zu begegnen, denn jeder Kontakt mit einem Unternehmen ist auch der Kontakt mit einer Marke. Oder besser, muss es sein. Denn die Zeiten, in den z. B. IT-Lösungen an sich derart einzigartig waren, dass sie automatisch nachgefragt wurden, sind vorbei. Die Zielgruppen haben sich verändert! Waren es früher die unternehmenseigenen Experten des Kunden, sind es heute Inhaber, Geschäftsführer oder Manager. Ihre Suche gilt nicht einer besonderen Technik sondern der Lösung eines Problems. Die Erläuterung funktionaler Features wird sekundär. Der erste Schritt für eine erfolgreiche Vermarktung von IT ist also, dass eine klare Botschaft im Markt platziert wird, gefolgt von verständlichen und nachvollziehbaren Vorteilsargumenten. Eben für „people in business“. Dieses Verständnis haben wir

in Walldorf überzeugend praktiziert und ist heute mehrfach angewandte Entscheidungsgrundlage für Investitionen in Produktpräsentation und Marketing.

Es gilt, zu überzeugen, warum es sich bei dem angebotenen Produkt oder Leistung um eine zukunftssichere Investition handelt. Und das ist unsere Kernkompetenz, die Stärke der Agentur solis communication. Nebenbei ist der Name Ansporn und Programm zugleich! Damit auch Sie profitieren, haben wir eine „Quick Check“ Aktion gestartet. Wir nehmen Ihre bestehenden Kommunikationsmittel und -prozesse unter die Lupe und schlagen Ihnen dann ein individuelles maßgeschneidertes Kommunikationskonzept vor. Präzise und effizient!

Die Regeln der Umsetzung entsprechen ebenfalls klassischen Erfahrungen: Ein einzigartiges Versprechen, ein nachvollziehbarer Beweis und deren merkfähige Umsetzung. Denn nur dieser Dreiklang eröffnet Perspektiven – aber stößt gleichzeitig auch an Grenzen. Denn die schöne und bunte Einfachheit der Endverbraucher-Werbung wird schnell zur Oberflächlichkeit, wird sie eins zu eins auf Business-To-Business übertragen.



„Partner“ und „Innovativ“ sind inzwischen inflationär gebrauchte Begriffe – so richtig sie inhaltlich auch sein mögen. Wir gehen da schon den entscheidenden Schritt weiter, tiefer hinein. Wir machen aus Werbung mehr. Wir machen „people business“ – eben klare Informationen für die Menschen im Business. Diese brauchen zuverlässige, transparente und nachhaltige Informationen für klare und gute Entscheidungen!

Weitere Informationen zur „Quick Check“ Aktion erhalten Sie bei Elke Greiner, elke.greiner@solis-communication.com oder auf www.solis-communication.com.



solis communication unterstützt seit 1998 Kunden aus allen Bereichen der Wirtschaft in Ihrer Unternehmenskommunikation.

Mit Engagement, Kreativität und Erfahrung wird in jedem Projekt genau die Einheit aus Inhalt und Gestaltung geschaffen, von der sich die jeweilige Zielgruppe angesprochen und motiviert fühlt. Das Leistungsspektrum umfasst Strategieplanung, die Konzeption für interne und externe Kommunikation, die Mittel- und Maßnahmenplanung sowie die kreative und produktionstechnische Umsetzung von Marketingaktivitäten in den Bereichen Print, Web und Event.

www.solis-communication.com



**WIR BEHALTEN
DEN ÜBERBLICK.**

*Druck- und Medienproduktionen
Entwicklung · Gestaltung
Beratung · Komplettabwicklung*

NEU: mit PRINT als APP ins WEB

Verlage, Versender, Buchhandel,
Industrie oder Dienstleister?

Print & Paper, die Agentur für Druck- und Medienproduktionen, unterstützt seit über 15 Jahren Kunden dabei, Produkte und Marken erfolgreich zu visualisieren.



PRINT & PAPER
DRUCKPRODUKTIONEN

Print & Paper Druckproduktionen
Heckenrosenweg 24 · 71083 Herrenberg
Tel. 0 70 32 201 88 30 · Fax 0 70 32 201 88 31
info@print-and-paper.de · www.print-and-paper.de

go!LCM - bewährt im Mittelstand

Mit den go!LCM-Paketen erhalten Sie unsere gesammelte Produktkompetenz in praxisoptimierten Paketen – mit den für Ihren Einsatzbereich definierten Modulen. Mit diesen für den Mittelstand konzipierten Paketen erhalten Sie eine schlanke Lösung, die sich an Ihren Bedürfnissen orientiert, für eine standardisierte und effiziente Implementierung und schnellen ROI.



The Quality Group GmbH
Konrad-Zuse-Platz 1
71034 Böblingen
Deutschland

Telefon: +49 7031 306974-100
Fax: +49 7031 306974-199
Web: www.tqg.de
E-Mail: info@tqg.de