



WKO

Gleichstellung der E-Rechnung

Die Erfüllung einer langjährigen Forderung der Wirtschaftskammer Österreich rückt in greifbare Nähe: Dass elektronische Rechnungen aus umsatzsteuerlicher Sicht künftig mit Papierrechnungen gleichgestellt werden. Darauf haben sich die Finanzminister kürzlich auf europäischer Ebene geeinigt. Herwig Höllinger, stellvertretender Generalsekretär der Wirtschaftskammer Österreich (WKÖ), begrüßt diese Entwicklung: „Der richtige Einsatz der elektronischen Rechnung kann Unternehmen helfen, Verwaltungskosten einzusparen.“ Daher fordert Höllinger die rasche Umsetzung der Gleichstellung von Papier- und E-Rechnung und damit die Abschaffung der Pflicht zur digitalen Signatur für die E-Rechnung in Österreich. Gemäß der Devise „Verwaltungskosten senken“ dürfe die Gleichstellung nicht auf die lange Bank geschoben werden. Dabei sei von wesentlicher Bedeutung, „dass Lösungen mit Weitblick gefunden werden, die den Betrieben die nötige Flexibilität geben, den vollen Nutzen aus dem Einsatz der E-Rechnung zu ziehen. Und es gilt auch, Regelungen für bereits gesendete E-Rechnungen zu finden, die noch nicht alle Formerfordernisse erfüllen.“ So wie bei elektronischen Überweisungen seit langem bewährt, werden unternehmensspezifische Anforderungen durch den Einsatz der jeweils passenden E-Rechnungs-Anwendung erfüllt. „Vor diesem Hintergrund ist es wichtig, das Thema E-Rechnung in Unternehmen als Management-Thema zu erkennen – also zur ‚Chefsache‘ zu machen“, unterstreicht Höllinger.

Ist die Gleichstellung der E-Rechnung mit der Papierrechnung erfolgt, spielt die Art der Übermittlung – ob auf Papier oder elektronisch – keine Rolle mehr. Dann muss nur noch das für jedes Unternehmen ohnehin Selbstverständliche geprüft werden: Stammt die Rechnung wirklich vom Auftragnehmer, ist sie lesbar? Und: Wurde sie nach der Ausstellung verändert? Entscheidend ist, ob der Rechnung tatsächlich ein entsprechender Waren- oder Leistungsaustausch zu Grund liegt. Lästiges Reklamieren unvollständiger Rechnungen entfällt, da es bei strukturierten Rechnungen möglich wird, dass Software das Fehlen von notwendigen Rechnungsbestandteilen automatisch erkennt und beim Absender automatisch reklamiert. Auch die langwierige Suche in Papierarchiven entfällt, Zahlungsziele werden sicher erreicht und Mitarbeiter können für sinnvollere Tätigkeiten eingesetzt werden. Jede Menge Informationen und anschauliche Beispiele zum Thema E-Rechnung bietet die vom European e-Business Lab erstellte Broschüre „European E-Invoicing Guide for SMEs“. Die deutschsprachige Übersetzung ist im Auftrag des E-Centers der WKO und des Vereins AUSTRIAPRO unter dem Titel „Elektronische Rechnungsstellung – Leitfaden für kleine und mittlere Unternehmen in der EU“ gerade erschienen. Dieser Guide soll Unternehmerinnen und Unternehmern dabei helfen, die strategische Komponente und Wichtigkeit strukturierter E-Rechnungen besser zu verstehen (siehe Kasten.)

www.wko.at

WKO

Leitfaden für KMUs

Laut aktueller Umfrage der WKO haben bereits 70% der Unternehmen elektronische Rechnungen erhalten. Diese werden zum Großteil im PDF-Format verschickt. Der Versand von strukturierten Rechnungen in Österreich ist noch ziemlich gering, wobei nur bei dieser Formatierungsart das maximale Einsparungspotenzial erzielt werden kann (z.B. EDI, XML-ebInterface).

Klar ist: Für Unternehmen ist die Einführung der elektronischen Rechnungsstellung mit vielen Vorteilen verbunden. Die wesentlichen Vorteile bestehen in der Optimierung und Beschleunigung von betrieblichen Prozessen. Mit diesen Vorteilen sind Kosteneinsparungen für die Unternehmen in bisher unbekannter Höhe sowie eine schnellere Zahlungsabwicklung verbunden. Darüber hinaus trägt die elektronische Rechnungsstellung wesentlich zur Schonung der natürlichen Ressourcen bei und leistet damit einen Beitrag zum Erhalt der Umwelt.

Das vorliegende Handbuch soll Unternehmen als Informationsgrundlage und Nachschlagewerk dienen und die verschiedenen technischen Lösungsmöglichkeiten im Bereich der elektronischen Rechnungsstellung aufzeigen. Dieses Handbuch wurde in Zusammenarbeit mit Studierenden des FH Wien-Studiengangs „Financial Management“ der WKW erarbeitet. Die Autoren haben sich mit dem aktuellen Thema intensiv auseinandergesetzt, es in verständlicher Weise aufgearbeitet und in Form dieses Handbuches erstellt.

Die aktuelle zweite Auflage des vorliegenden Buches wurde auf Basis der ersten Auflage in Zusammenarbeit von WKÖ und AUSTRIAPRO erstellt und entsprechend überarbeitet und ergänzt. Den Gratis-Download finden Sie unter

www.wko.at/e-rechnung





KURZ & BÜNDIG



Ausbildung

Green IT Manager

Der Grundstein für die sogenannte „klima: aktiv“-Ausbildung wurde zu Beginn 2009 mit der „Dynamic Data Center Challenge“, Value Study von Fujitsu gelegt. Damit werden Möglichkeiten zur Senkung des Energieverbrauchs und die damit verbundenen Kosten in Rechenzentren aufgezeigt. Für jede durchgeführte Studie spendete der IT-Infrastrukturhersteller 1.500 Euro, die in die Ausbildung zum Green IT Manager einfließen. Fujitsu übernahm für die ersten zehn Teilnehmer die Kosten des Kurses.

Die Ausbildung wird am Wirtschaftsförderungsinstitut (WIFI) als objektive und produktunabhängige Qualifizierungsmaßnahme für IT-Verantwortliche in Betrieben ab ca. 10 Mitarbeitern in der EDV, angeboten. In zwei Tagen werden den Kursteilnehmern sowohl wichtige Hintergründe zur Bedeutung der Energieeffizienz für Betrieb und Klima, als auch Möglichkeiten durch softwaretechnische Maßnahmen den Energieverbrauch zu optimieren, nähergebracht.

www.wifi.at

Green IT

Treibhaus, Kosten, Effizienz

In Zeiten brennender Klimadiskussionen und rasant wachsender Anteile der IKT-Branche am CO₂-Ausstoß setzen Fachhändler ihr Knowhow ein, um ihre Kunden in punkto Umweltbewusstsein als Vorreiter zu platzieren. Dabei sichern sie sich langfristig Marktanteile, und es bleibt genügend Spielraum, um auch im harten Wettbewerb Gewinne zu steigern. Von Dietmar Boigner

Eine Ende März veröffentlichte Studie der Umweltschutzorganisation Greenpeace schlägt Alarm. Die Treibhausgasemissionen der IT-Branche könnten sich bis 2020 dramatisch erhöhen. Werden nämlich soziale Netzwerke wie Facebook oder Videoplattformen wie Youtube künftig noch

häufiger von unterwegs genutzt, steigt der Datentransfer enorm, wofür leistungsfähigere Telekomnetze und mehr Server in Rechenzentren benötigt werden. Halten die gegenwärtigen Wachstumsraten bei Cloud Computing an, so werden Datenzentren und Telekomnetze im Jahr 2020 etwa

1.963 Terawattstunden Strom verbrauchen, prognostiziert Greenpeace. Was mehr als das Dreißigfache des derzeitigen österreichischen Stromverbrauchs pro Jahr wäre. Gleichzeitig verdeutlicht der Bericht, dass die IT-Branche das Potenzial hat, die drohende Klimakatastrophe zu verhindern, indem sie eine Vorreiterrolle bei der Nutzung erneuerbarer Energien einnimmt. „Online-Anwendungen werden immer vielfältiger, benötigen mehr Energie und verursachen mehr Treibhausgasemissionen“, warnt Claudia Sprinz von Greenpeace. „Es sei denn, die Branche setzt auf erneuerbare Energiequellen und macht sich für Klimaschutzgesetze stark. Große IT-Unternehmen müssen ihren Einfluss nutzen und Vorzeigelösungen schaffen, die ein verantwortungsvolles Wachstum ermöglichen und den Klimawandel nicht weiter beschleunigen.“

Wirtschaftlich darstellbar. Schon heute verursacht IT global ebenso viele Treibhausgase wie der Flugverkehr. Der Stromverbrauch von Servern und Server-Infrastruktur wird sich von 2006 bis 2011 annähernd verdoppelt haben. Einer Studie von McAfee und ICF International zufolge entspricht die jährliche Umweltbelastung allein durch Spam mittlerweile jener von 3 Millionen Pkw. Durchschnittlich erzeugt demnach eine Spam-Nachricht etwa 0,3 Gramm CO₂. Das Anzeigen und Löschen von Spam durch Benutzer frisst den meisten Strom: fast 18 Mrd. Kilowattstunden. Wenn jedes E-Mail-Postfach durch einen Spam-Filter geschützt wäre, könnten Unternehmen den Energiebedarf für Spam um etwa 75% oder 25 Terawattstunden pro Jahr reduzieren. Das entspricht einer Stilllegung von 2,3 Millionen Pkw.

Mit Green IT kann jeder Betrieb, der ein IT-System mit zumindest 30 Benutzern betreibt, wirtschaftlich darstellbare Einsparungen erreichen. Der Energiebedarf im IT-Bereich von Unternehmen lässt sich in der Regel um 25% bis 60% reduzieren. Dabei gilt die Faustformel: Jedes eingesparte Kilowatt im Dauerbetrieb erspart mehr als 1.000 Euro pro Jahr.

Top-Prioritäten. Energieeffiziente IT rückt weiter nach vorn auf der IT-Agenda von Unternehmen und Rechenzentrumsbetreibern. Insbesondere staatliche Organisationen beschäftigten sich im vergangenen Jahr verstärkt mit der Analyse von Energieeinsparpotenzialen. „Viele Behörden haben 2009 Initiativen zur Reduktion des CO₂-Ausstoßes ins Leben gerufen“, sagt Dr.



„Es gibt genügend Spielraum, um Gewinne zu steigern.“

Robert Horndasch
Deloitte-Partner im Bereich
Technology, Media and
Telecommunications

Dirk Harryvan, CIO des niederländischen IT-Dienstleisters Mansystems. „Auch das Scheitern des Klimagipfels wird dem steigenden Energie- und Kostenbewusstsein von Organisationen keinen Abbruch tun. Wir empfehlen Unternehmen 2010 mit einer ‚Jetzt erst Recht‘-Mentalität anzugehen und sich als Green-IT-Pioniere zu positionieren.“

Konkret sehen die Experten von Mansystems drei Top-Prioritäten für nachhaltige Green-IT Governance im Jahr 2010:

1. Ziele nach EU-Standards ausrichten: Energiespar-Funktionen sind in der IT-Infrastruktur vieler Firmen bereits vorhanden, bleiben jedoch nicht selten deaktiviert. Abhilfe kann hier eine freiwillige Selbstverpflichtung des Managements schaffen wie etwa über den European Code of Conduct for Data Centres Energy Efficiency. Diese EU-weite Initiative möchte den Energieverbrauch von Produkten oder Rechenzentren im Rahmen vereinbarter Ziele senken.
2. Effizienz ist mehr als sparsame Hardware: Der Bedarf an Consulting-Leistungen, insbesondere im Bereich Prozessoptimierung und Energiemessung, wird 2010 weiter ansteigen. Denn das Thema Energieeffizienz hört nicht bei der Applikationsarchitektur auf, sondern erstreckt sich von der effizienten Datenhaltung bis hin zur Evaluierung von ressourcenschonenden IT-Prozessen.
3. Kennzahlen kritisch hinterfragen: Derzeit existieren noch keine einheitlichen und unabhängigen Standards für die Ermittlung von Leistungskennzahlen zur Energieeffizienz in Rechenzentren. Gängige Parameter wie die Data Centre Infrastructure Efficiency (DCiE) oder die Power Usage Effectiveness (PUE) erfüllen die Anforderungen an präzise Effizienzmessungen nur unzureichend. Präzise Messmethoden werden vor allem dann ein Politikum werden, wenn Staaten steuerliche Anreize oder zinsgünstige Kredite für energieeffiziente Unternehmen

KURZ & BÜNDIG



Fachhandel & Verkauf

Zehn Knackpunkte beim Kunden

Wie Reseller beim Kunden mit Green IT den Fuß in die Türe bekommen:

- Reseller sollten zertifizierte Anbieter führen (energieeffiziente Clients, Server & Storage)
- Fähigkeit zur TCO-Analyse und Investmentberechnung
- Analysefähigkeit gegebener Kundensituation: Vor-Ort-Untersuchung
- Bewerten und Kalkulieren von Einsparpotenzialen
- Einsatz zertifizierter Berater
- Kombi-Angebote mit zertifizierten Dienstleistern für Prüfsiegel
- Einsatz von Systemmanagement-Tools (Energie-Optimierungs-Messung & -Steuerung)
- Beratungs- und Servicebausteine für Energie-Effizienz anbieten
- Verankerung betriebswirtschaftlich beim Kunden sicherstellen, Nutzen auch corporate-seitig im Image verwerten
- Benchmarking mit Best Practices anbieten

Samsung

Grüne Platte

Bei Samsung ist nun die F3-Eco-Green-Serie verfügbar. Die Festplatte besteht ausschließlich aus umweltfreundlichen Komponenten und ist energieeffizient bei bis zu zwei Terabyte Speicherplatz und einer Datendichte von 500 Gigabyte pro Speicherscheibe bei 5.400 Umdrehungen pro Minute. Die F3-Serie ist halogenfrei gefertigt und verzichtet bei den elektronischen Komponenten gänzlich auf mit Brom versetzte Flammschutzadditive. Zudem arbeitet sie energieeffizient und dank der SilentSeek- und NoiseGuard-Technologie laut Hersteller auch sehr leise. Verbessertes Design und geringere Komponentenzahl senken den Stromverbrauch im Leerlauf um bis zu 40%; im Lese- und Schreib-Betrieb reduziert sich der Energiebedarf ebenfalls um 10% im Verhältnis zu vergleichbaren Festplatten. Alle Laufwerke der F3-Eco-Green-Serie sind mit einer SATA-Schnittstelle ausgestattet. Die unverbindliche Preisempfehlung für das Top-Modell HD203WI mit 2 TB liegt bei 159 Euro.

www.samsung.at

KURZ & BÜNDIG



Fujitsu

Zero Watt

Bereits vergangenen November präsentierte Fujitsu auf der Hausmesse VISIT mit dem „Zero Client“ ein Konzept, das die Themen Virtualisierung und Cloud Computing aufgreift und zugleich den Energieverbrauch anvisiert. Das Gerät braucht im Betrieb 60% weniger Energie und verursacht 80% weniger CO₂. Zudem sinken die Anschaffungskosten um 30%. Das bloß aus einem Monitor mit Netzwerkanschluss bestehende Gerät wird von einem Server aus betrieben, besitzt weder Betriebssystem noch lokalen Datenspeicher noch leistungsfähigen Prozessor. Selbst die Energieversorgung erfolgt über den Netzwerkanschluss.

In der zweiten Jahreshälfte 2010 will Fujitsu zudem einen „0-Watt-Server“ auf den Markt bringen. Der verbraucht im Standby-Modus keinen Strom und wird bei Nichtnutzung vollständig abgeschaltet. Bisherige Servergenerationen laufen auch, wenn sie im Leerlauf sind, mit 20% Leistung. Dem sollen vor allem Virtualisierungslösungen Einhalt gebieten.

<http://at.fujitsu.com>

Casio

Lampen-Highlights

Unter das Motto „Clear and Green“ hat Casio ein Konzept für die Entwicklung neuer Projektoren vorgestellt. Der japanische Hersteller hat Modell, Technologien und erste Produkte mit einer kombinierten Laser- und LED-Hybrid-Lichtquelle zu Jahresanfang präsentiert. Herstellerangaben zufolge handelt es sich dabei um die weltweit ersten quecksilberfreien Projektoren mit Lichtleistungen von 2.000 bis 3.000 ANSI-Lumen.

Die Baureihe dieser „Green-Slim“-Beamern besteht aus insgesamt 10 Modellen. Die Kontraste beträgt durchwegs 1.800:1. Die äußerlich baugleichen Modelle im kompakten A4-Format mit 43 mm Bauhöhe sind laut Casio innerhalb von 8 Sekunden betriebsbereit und lassen sich ohne Verzögerung ausschalten. Die Lebensdauer der Lichtquelle sei 20.000 Stunden. Die Verkaufspreise reichen von 892 Euro bis zu 1.535 Euro für das Spitzenmodell XJ-A255 mit WXGA-Auflösung, 3.000 ANSI Lumen sowie USB und WLAN.

www.casio.de

vergeben. In den Niederlanden ist diese Praxis bereits Realität. Hier verpflichten sich Unternehmen in einer mehrjährigen Vereinbarung zur Reduzierung des CO₂-Ausstoßes und Verbesserung ihrer Energieeffizienz um 30% innerhalb von 15 Jahren und erhalten dafür Steuererleichterungen.

Chancen für Reseller. IT-Dienstleister sehen sich heute vor allem mit steigendem Preisdruck und sinkenden Margen konfrontiert. Was sich voraussichtlich erst einmal auch nicht ändern wird. Eine Deloitte-Studie unter freien und konzerngebundenen IT-Dienstleistern Deutschlands und Österreichs erforschte in diesem Zusammenhang, wie sich die Unternehmen aufstellen, welche Trends und Modethemen dabei eine Rolle spielen und wie diese von der Industrie bewertet werden. Demnach sind Preisdruck und preisbewusster Einkauf zwei Themen, die Dienstleister häufig beschäftigen. Im Fokus stehen zudem IT-as-a-Service, Cloud Computing, Virtualisierung und Green IT. „Die meisten IT-Dienstleister haben Wege gefunden, um mit dem zunehmenden Preisdruck umzugehen, in der Regel stimmen sie Angebot und Vertrieb auf ihre Kunden ab“, sagt Deloitte-Partner Robert Horndasch. Intern bestehe in den Unternehmen aber noch Handlungsbedarf. Über 60% hätten noch nicht einmal damit begonnen, Geschäftsabläufe oder Organisation zu straffen. Für 23% der Befragten ist preisbewusstes Sourcing der derzeit wichtigste Markttrend. 19% nennen IT-as-a-Service. Dann folgen die Themen Cloud Computing, Virtualisierung und Green IT (16, 12 und 11%).

Die Analysten beschreiben zwei weitere Trends bei IT-Dienstleistern. Der eine sind IT-Zertifikate und -Zertifizierungen, die von Jahr zu Jahr zunehmen. Bei Deloitte sieht man das kritisch, denn ein Grundstock an

Zertifikaten würde zwar von den Kunden eingefordert, doch weitere, spezielle Zertifizierungen seien nur in Einklang mit dem strategischen Konzept und der Ausrichtung des IT-Service-Unternehmens sinnvoll und sollten auf ihren Nutzen hinterfragt werden. Der zweite Trend ist die immer größere Wertschätzung von Governance, Risk und Compliance Management. Die Erfüllung dieser formalen Kriterien werde von den meisten IT-Service-Unternehmen bereits als Pflichtkriterium wahrgenommen.

Prozesse standardisieren. Bislang würden IT-Dienstleister aber nur ausgewählte Geschäftsprozesse standardisieren. Während sie beim Vertrieb bereits häufig auf standardisierte Abläufe zurück greifen, geschehe dies bei anderen Geschäftsprozessen noch nicht so häufig. Standardisierte Abläufe haben den Vorteil, Kosten zu senken. Sie haben aber den Nachteil, die Leistungen von Anbietern leichter vergleichbar zu machen. Das macht die Firmen für den Kunden austauschbar. 67% der IT-Dienstleister gehen davon aus, dass die Wechselbereitschaft von Kunden steigt. Deshalb setzen sie auf eine klare Wettbewerbsstrategie, bei der neben der horizontalen und vertikalen Expansion des Leistungsangebots auch die Übernahme von Wettbewerbern eine wichtige Rolle spielt. So sehen sich die meisten IT-Dienstleister eher als Käufer denn als Übernahmekandidaten.

Handlungsbedarf orten die Experten von Deloitte in zweierlei Hinsicht: Ein Teil der IT-Dienstleister sollte Abläufe und Organisationen standardisieren, um die Effizienz bei der Leistungserbringung zu steigern. Der andere Teil hat dies bereits getan. Bei ihm gehe es nun darum, die eigene Strategie anzupassen, um Marktanteile langfristig zu sichern und auszubauen. „Beide Male bleibt genügend Spielraum, um auch in der derzeitigen Lage Gewinne zu steigern“, sagt Horndasch.





Infomotion

Fünf Schritte zur optimalen BI-Lösung

1. Was brauche ich? – Um die genauen Ziele zu ermitteln, die mit Hilfe der BI-Lösung erreicht werden sollen, bewährt es sich, zunächst die bestehenden Defizite ins Auge zu fassen. Bei dieser Bedarfsanalyse sollte man möglichst früh ins Detail gehen, nicht nur klären, welche Kennzahlen benötigt werden, sondern auch, auf welcher Aggregatsebene und in welcher Aktualität.
2. Was habe ich? – Um unnötige Mehrkosten und Redundanzen zu vermeiden, sollte nach der Bedarfsermittlung eine übersichtliche Ist-Analyse stehen über bereits bestehende dispositive Datentöpfe und Reportingsysteme, Informationen oder Kennzahlen, bereits im Einsatz befindliche Technologien sowie vorhandenes Knowhow und personelle Ressourcen im Unternehmen.
3. Was gibt es? – Grundsätzlich sollte man sich vorab eine Übersicht über BI-Hersteller und ihre Produkte verschaffen. Neben den Angeboten der großen Softwarehersteller sollten sowohl ausgewiesene BI-Spezialisten wie auch neue, innovative Anbieter geprüft werden. Zunehmend bieten Open Source-Produkte eine hochinteressante Alternative.
4. Wie gehe ich vor? – Grundsätzlich sollte man sich einer Lösung „top down“ nähern, also explizit an den Anforderungen der Fachbereiche ausrichten. Nur so ist eine nutzenorientierte BI-Lösung gewährleistet. Dabei ist immer das künftige Gesamtsystem im Blick zu halten. Die Entwicklung selbst sollte schrittweise in geschlossenen Zyklen erfolgen, um Teile des späteren Gesamtsystems frühzeitig nutzen zu können.
5. Wie sichere ich den langfristigen Erfolg? – Genauso wie die geschäftlichen Anforderungen nahezu täglichen Änderungen unterliegen, gilt dies ebenso für die BI-Umgebung. Im laufenden Betrieb muss neben der fachlichen Vollständigkeit regelmäßig das Change Management unterstützt werden, um schnell reagieren bzw. agieren zu können. Um das System weiter zu optimieren, gilt es, regelmäßig zu messen, welche Daten wie oft abgerufen und welche Funktionen tatsächlich von den Mitarbeitern genutzt werden.

www.infomotion.com



Business Intelligence

Gewusst wie

Die Entwicklung im BI-Sektor weist in Richtung Transparenz in den Prozessen und aussagekräftige Analysen zur strategischen Planung. Die Kernfrage für Unternehmen bleibt: Wie viel Business Intelligence brauche ich wirklich? Kompetente Reseller stehen mit Rat und Tat zur Seite. Von Dietmar Boigner

Lange Zeit war Business Intelligence auf das Finanzwesen, das Controlling und die Vorstandsebene beschränkt. Nun zeichnet sich der Trend ab, dass zunehmend Bereiche wie Einkauf, Marketing und Vertrieb auf dieses Instrument setzen. Zu diesem Schluss kommen die BI-Experten von Information Builders nach einer Reihe von Recherchen und Gesprächen mit Unternehmen.

Firmen machen BI für eine immer größere Zahl von Anwendern in den Fachbereichen zugänglich, etwa im Vertriebsinnen- oder Kundendienst. Dank der Verknüpfung von CRM und BI lassen sich Kundenbeziehungen und das Kundenmanagement deutlich verbessern. Analog dazu gilt das auch im Lieferanten- und Partnermanagement. Darüber hinaus steigt die Bedeutung von „Operational BI“. Statt mit traditionellen Lösungen Management-Entscheidungen nachträglich zu analysieren, erhalten Fachkräfte bereits im Tagesgeschehen die entscheidenden Informationen, mit denen sie auftretende Probleme schnell lösen können. Das verbessert die Transparenz in den Prozessen. Operational BI warnt, sobald ein unerwartetes Ereignis eintritt, und liefert Hinweise zur Problemlösung.

Gezielt eingesetzt wird Business Intelligence so zu einem Steuerungsinstrument,

das laufende Prozesse überwacht, analysiert und in sie eingreift.

Dritte Tendenz: steigende Anforderungen an die Datenqualität. In vielen BI-Anwendungen werden Daten aus den unterschiedlichsten Quellen zusammengeführt, allerdings bemängeln viele User dabei eine mangelhafte Qualität der Daten.

Oft stellen die IT-Abteilungen erst bei der Aggregation fest, dass die Daten lückenhaft und widersprüchlich sind. Meist liegt der Grund darin, dass es bei der Erfassung und Speicherung an Werkzeugen mangelt, um Fehler frühzeitig zu erkennen. Was oft dazu führt, Tools für das Stammdatenmanagement einführen zu müssen. So können immerhin Fehler und Anomalien in den Daten ermittelt werden, bevor inkorrekte Angaben überhaupt in die Datenbanksysteme einfließen können.

Valide Datenbasis. Angesichts der vielfältigen Spielarten von Finanzsoftware, ist es für Unternehmen nicht einfach zu entscheiden, welche Funktionalitäten unbedingt notwendig sind. Dazu Cubeware-Geschäftsführer Hermann Hebben: „Speziell bei BI-Software ist die Datenbewirtschaftung und damit eine valide Datenbasis äußerst wichtig. Hierfür sollten Funktionalitäten vorhanden sein wie die Fähigkeit, aus verschiede-

KURZ & BÜNDIG

Microsoft

Services Ready

Im Rahmen einer weltweiten Initiative führte Microsoft Österreich mit Ende 2009 das Services Ready-Programm ein: Diese Initiative richtet sich an Microsoft Gold Certificate Partner, die in Verbindung mit Services Ready Zugang und Zertifizierung zu umfangreichen Leistungen erhalten. So werden Anwendungen, Vorlagen, Richtlinien und Best Practices zur Verfügung gestellt, die bereits erfolgreich bei Kundenprojekten eingesetzt worden sind. Microsoft-Partner sollen sich dadurch schneller, besser und kostengünstiger auf neue Kundenbedürfnisse einstellen können. In Österreich profitieren bereits Microsoft-Partner wie der BI-Spezialist pmOne von Services Ready. „Damit kann pmOne die kontinuierlich wachsenden Anforderungen am Markt für Business Intelligence noch besser abdecken“, bestätigt Geschäftsführer Wolfgang Fahrnberger.

„Sowohl Technologien als auch Kundenbedürfnisse entwickeln sich kontinuierlich weiter. Unsere Kunden verlassen sich darauf, dass wir gemeinsam mit unseren rund 5.000 Partnern in Österreich in jeder Wirtschaftslage die richtigen Angebote bereit stellen, die ihnen bei Beratung, Einführung, Installation und Optimierung ihrer Microsoft-Lösungen helfen“, erklärt Werner Höllrigl, Director Services bei Microsoft Österreich. „Das Services Ready Programm ermöglicht es unseren Partnern, sich schneller, effizienter und vor allem kostengünstiger den sich ändernden Bedürfnissen anzupassen. Damit unterstützen wir unsere Partner in Österreich dabei, diese Ansprüche im Sinne der Kunden bestmöglich zu erfüllen.“

Services Ready beinhaltet ein ganzes Bündel an Tools und Maßnahmen. Gold Certified Partner erhalten diese Leistungen nach erfolgter positiver Zertifizierung im Rahmen ihrer individuellen Leistungsverträge mit Microsoft. Services Ready bietet Hilfestellungen für Qualifizierung, Vertrieb und Implementierung in den Bereichen: Zugriffskontrolle und Sicherheit, Virtualisierung, Systemmanagement, Desktop-Plattform, Portale und Collaboration, unternehmensweite Suche, Unified Communications, Deployment-Services sowie Kundenmanagement (Customer Care Framework).

www.microsoft.com/microsoftservices/en/us/partners_ready.aspx

densten Datenquellen – speziell per ODBC – zu lesen, diese operativen Daten zu verdichten und zu prüfen, Fehler zu identifizieren und, wenn möglich, auch gleich zu korrigieren. Die Funktionalitäten für Analyse, Planung, Reporting und Dashboarding auf Anwenderseite sind dann so unterschiedlich wie die Unternehmen selbst. In jedem Fall aber sollte ein Frontend intuitiv, flexibel und einfach bedienbar sein.“

Das stets virulente Problem: „Viele Unternehmen sind sich vor einem BI-Projekt noch gar nicht darüber bewusst, dass sie ein Problem mit der Datenqualität haben. Erst im Verlauf des Projekts tauchen Datenunreinheiten auf, die Ursachen werden erforscht, die Fehler behoben und so ist nach dem Projekt die Datenqualität in der Regel verbessert“, so Hebben.

Doch gerade die Datenbewirtschaftung und -qualität sind in einem BI-Projekt der mitentscheidende Erfolgsfaktor. „Schön gestaltete Reports alleine reichen nicht aus, vielmehr müssen die Daten dahinter auch in der passenden Form vorliegen“, weiß der Cubeware-Chef. „Einfach auf verschiedenste Daten direkt zuzugreifen, ohne sich dabei Gedanken über Konzept, Aufbau, Abgleich und Modellierung gemacht zu haben, kann insofern nicht zum Erfolg führen.“

Hebbens Lösung: „Das ist einer der Gründe, warum das OLAP-ETL-Tool Cubeware Importer zu unseren wichtigsten Alleinstellungsmerkmalen zählt und für die Auftragsgewinnung immer wieder entscheidungsrelevant ist.“

Die Qual der Wahl. BI-Lösungen gibt es in unterschiedlichsten Ausprägungen. Um exakt den Lösungsumfang zu ermitteln, der tatsächlich benötigt wird, ist eine detaillierte Bedarfsanalyse zu Beginn des Projektes erforderlich. Was selbstverständlich anmutet, wird in der Praxis nicht selten ignoriert. „Da wird oft munter drauf los geplant und gebastelt, obwohl die Anforderungsanalyse bestenfalls noch grobes Stückwerk ist“, berichtet Mark Zimmermann, Geschäftsführer von Infomotion. „Nur wer sich von



„Die Anforderungsanalyse darf kein Stückwerk sein.“

Mark Zimmermann
Geschäftsführer von
Infomotion



„Das Frontend soll intuitiv, flexibel und einfach bedienbar sein.“

Hermann Hebben
Geschäftsführer von
Cubeware

Anfang an darüber im Klaren ist, welches konkrete Ergebnis er anstrebt, wird dieses am Ende auch erreichen.“

Und das natürlich auf einem möglichst Ressourcen schonenden Weg. „Oft wird am Anfang alles Mögliche in das Projekt gepackt, von dem irgendwie angenommen wird, es würde sich im Zweifel schon als nützlich erweisen. Und das nur, weil man sich zu Beginn um die genaue Zieldefinition gedrückt hat.“ Zimmermann empfiehlt dazu fünf Schritte zur passenden BI-Lösung (siehe Kasten Seite 29).

Vorhandenes nutzen. „Ein Produkt löst kein Problem“, betont auch Norbert Kainc, Geschäftsführer von Confirm Business Consulting, speziell im Hinblick auf aktuelle Problemstellungen von Business Intelligence in mittelständischen Betrieben. „Indem man ein Data Warehouse oder ein BI-Tool aus dem ‚Regal‘ kauft, ohne genaue Anforderungsdefinitionen festgelegt zu haben, löst man Probleme, die man ohne das Produkt gar nicht hätte!“

Gerade mittelständische Unternehmen würden oftmals gar keine neuen Tools brauchen. „Man kann mit den bereits im Unternehmen vorhandenen Werkzeugen den Herausforderungen begegnen, indem man vorher strukturiert und mit professioneller Unterstützung die Aufgabenstellung und Ziele definiert.“

Generell lasse sich zudem feststellen, dass zwischen Budgetierung und Ist oftmals kein Zusammenhang besteht, d.h. die Planung basiert auf völlig anderen Sichtweisen als das Ist-Reporting. Kainc: „Das impliziert, dass Soll-Ist-Vergleiche nicht nur von zweifelhafter Qualität, sondern einfach sinnlos sind.“ Guter Rat ist immer gefragt.



„Ein Produkt allein löst noch lange kein Problem.“

Norbert Kainc
Geschäftsführer von
Confirm Business Consulting

DiTech

Vorzeige-Geschäft

Das Krisenjahr war für DiTech überaus erfolgreich – trotz der schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen konnte der Nettoumsatz gegenüber 2008 um 15% auf 73,8 Mio. Euro gesteigert werden. Diese ausgesprochen positive Geschäftsentwicklung ist nicht allein auf die sechs im abgelaufenen Jahr neu eröffneten Standorte in Wien Auhof, Amstetten, Villach, Linz, Kufstein und Dornbirn zurückzuführen. Auch bereinigt um die neuen Standorte konnte 2009 ein Umsatzzuwachs von über 6% gegenüber dem Vorjahr erwirtschaftet werden. Es wurden über 500.000 Aufträge abgewickelt – ein Plus zum Vorjahr von rund 20%. In Summe gingen 2009 über 1,7 Mio. Stück Hardware über die Ladentische und 110.000 Pakete verließen die Versandabteilung.

an uns stellen, schuldig“, erläutert DiTech-Gründerin und Gesellschafterin Aleksandra Izdebska.

Das Jahr 2010 hat DiTech mit einer Neueröffnung eingeleitet: im Februar wurde der mittlerweile zwölfte Standort im Fachmarktzentrum Wiener Neustadt Nord in Betrieb genommen. Auch die Geschäftsentwicklung der ersten Wochen des neuen Jahres kann sich sehen lassen: der Umsatz wird im ersten Quartal 2010 rund 21 Mio. Euro betragen, was ein Wachstum von 36% im Vergleich zum ersten Quartal 2009 bedeutet. Bereinigt um die inzwischen hinzu gekommenen neuen Standorte beträgt das Plus über 20%.

Seine Standortoffensive hat DiTech noch nicht abgeschlossen. Für die nächsten Monate sind weitere Neueröffnungen geplant.



▲ Die beiden DiTech-Gründer Aleksandra und Damian Izdebski.

Das Familienunternehmen hat im abgelaufenen Jahr das Team um 60 neue Mitarbeiter erweitert, insgesamt waren zu Jahresende 220 Personen für DiTech tätig. Aktuell schließen die ersten Lehrlinge ihre Ausbildung ab, die sie vor drei Jahren begonnen haben. „Unser exzellentes Kundenservice bedarf besonders kompetenter Mitarbeiter – wir investieren daher stark in deren Qualifikation. Dabei ist es mir wichtig, dass wir uns trotz einer Mitarbeiterzahl von 230 Personen ein familiär geprägtes Firmenklima bewahren konnten. Wir werden auch 2010 wieder rund 50 Fachkräfte aufnehmen und fundiert aus- und weiterbilden. Das sind wir den hohen Erwartungen, die unsere Kunden

Nachdem Österreichs DiTech inzwischen in ganz Österreich flächendeckend vertreten ist, wird in diesem Jahr vor allem die Präsenz in der Bundeshauptstadt weiter verstärkt. So ist für den 6. Mai die Eröffnung eines DiTech-Fachmarkts in der Wiener Lugner City geplant und am 10. Juni wird ein Fachmarkt im EKZ Simmering eröffnet. Ein dritter Standort in Wien wird Anfang Juli folgen.

Für 2010 hat sich Mitgründer Damian Izdebski ambitionierte Ziele gesteckt – er möchte einen Umsatz von 100 Mio. Euro erreichen, was einem Wachstum von über 35% gegenüber 2009 entspricht.

www.ditech.at

KURZ & BÜNDIG



DITECH

DiTech hat sich in den mittlerweile 11 Jahren seiner Unternehmensgeschichte von einem Zwei-Personen-Startup (Damian und Aleksandra Izdebski) zu Österreichs bestem Computergeschäft (laut Gallup-Institut-Umfrage vom November 2009) entwickelt. An mittlerweile 12 Standorten in ganz Österreich werden Kunden vom Computerhändler und -hersteller betreut. Alle DiTech-Fachmärkte und -Shops bieten ein breites Sortiment rund um den Computer sowie ein umfassendes Beratungs- und Reparaturservice an. Neben diesem Direktverkauf betreut das Unternehmen zahlreiche Business-Kunden und betreibt den Online-Shop inklusive Versandhandel. In Wien und Umgebung wird mit der hauseigenen Zustellflotte DiTex innerhalb von drei bis fünf Stunden geliefert.

PORTFOLIO

DiTech stellt PC-Systeme und Notebooks unter der Eigenmarke dimotion her. Die Geräte werden in Österreich gefertigt und zeichnen sich durch hochwertiges Innenleben aus, das ausschließlich aus Markenkomponten namhafter Hersteller besteht. Besonders interessant: der modulare Aufbau der Geräte. Dieser ermöglicht es, speziell an die jeweiligen Kundenbedürfnisse angepasste Wunsch-Systeme kurzfristig zu fertigen. Auch die Implementierung neuer Technologien in serienreife Produkte ist binnen weniger Tage möglich.

ECKDATEN

Gründer: Aleksandra und Damian Izdebski
 Gründungsjahr: 1999
 Umsatz (2009): 73,8 Mio. Euro
 Verfügbare Produkte: 6.000

KONTAKT

DiTech GmbH
 Dresdner Straße 43
 1200 Wien
 Tel: 059 555
 Mail: office@ditech.at
 Web: www.ditech.at

KURZ & BÜNDIG



HATAHET PRODUCTIVITY SOLUTIONS

„We support your growth“ ist der Claim, den Nahed Hatahet und Andrea Szivacsek schon bei der Gründung der HATAHET productivity solutions im Jahr 2007 formuliert haben. In den Jahren vor der Firmengründung war Nahed Hatahet jahrelang im Consulting der heimischen IT-Branche sehr erfolgreich tätig. Andrea Szivacsek arbeitete viele Jahre in der IT-Abteilung Business Applications bei einem bekannten österreichischen Industrieunternehmen.

Um hohe fachliche Kompetenz und Spezialistenwissen auf- und auszubauen, fokussierten sich Nahed Hatahet und Andrea Szivacsek bei der Firmengründung auf die Themen Unternehmenskollaboration, Infrastruktur, Messaging, Virtualisierung und Storage Lösungen. Basis der Kommunikationslösungen sind die engen Partnerschaften mit Microsoft, VMware und NetApp. Das Unternehmen ist Microsoft Gold Certified Partner und VMware Enterprise Partner. Schwerpunkte rund um die Beratungsleistungen sind das Microsoft Office System und der Microsoft Office Sharepoint Server, aber auch Desktop-Deployments, Mailing- und Storage-Lösungen sowie Virtualisierung – entweder mit VMware oder der Microsoft Hyper-V Technologie. In den speziellen Bereichen Licensing, Business Intelligence und Training werden Dienstleistungen und Lösungen mit Partnern angeboten.

PORTFOLIO

Die HATAHET productivity solutions setzt auf das Microsoft Office System 2007 und dessen Microsoft Office SharePoint Server als Lösungsplattform für Unternehmen. Ein weiterer Hauptfokus liegt auf dem Bereich Virtualisierung mit VMware und Microsoft Hyper-V, sowie Microsoft Infrastructure und Messaging-Lösungen.

KONTAKT

HATAHET productivity solutions GmbH
Neustiftgasse 17-19/1/6
1070 Wien
Tel.: (01) 997 15 95-0
Mail: office@hatahet.eu
Web: www.hatahet.eu

HATAHET productivity solutions

Reife Lösung

Das Jungunternehmen und Microsoft-Partner HATAHET productivity solutions schwört auf SharePoint 2010. Der hohe Reifegrad und die Vielzahl der Funktionen machen das „Enterprise Content Management zum moderaten Preis“ auch für die Masse interessant.

Von Wolfgang Franz

„Viele Microsoft-Partner haben noch nicht erkannt, dass die Zeit der klassischen Server-Installation vorbei ist. Sie haben nicht erkannt, dass Microsoft sich in den letzten zehn Jahren von einem produktorientierten Unternehmen zu einer Lösungsfirma entwickelt hat“, erklärt Nahed Hatahet, neben Andrea Szivacsek Ko-Gründer der HATAHET productivity solutions, im Gespräch mit EHZAustria.

Hatahet weiß, wovon er spricht. Er beobachtet die Produkte aus Redmond seit vielen Jahren und spart auch nicht mit Kritik, wenn sie mehr versprechen, als sie halten können. Wenn allerdings SharePoint 2010, das er schon vor dem Launch im Einsatz hat, zur Sprache kommt, dann ist die Begeisterung unüberhörbar. „Ich habe vor 10 Jahren einen



„Mit SharePoint 2010 sind wir im Organisationsberatungsbusiness.“

Nahed Hatahet

Geschäftsführer der HATAHET productivity solutions

Vortrag über das Potenzial von SharePoint gehört und mich sofort entschlossen, auf den Zug aufzuspringen. Mit der neuen Version sind wir dort, wo die Visionen damals geendet haben.“

Als eines der herausragenden Merkmale von SharePoint 2010 nennt Nahed Hatahet die neuen Suchfunktionen. „In Unternehmen sind Informationen nicht immer hundertprozentig sauber zugänglich, daher werden Suchtechnologien immer wichtiger. Großunternehmen haben ihre Hausaufgaben gemacht und meist teure Lösungen zugekauft. Microsofts Aufgabe ist es, die Technologie für die Masse auf einem sehr hohen Niveau bereitzustellen.“

Ein weiterer Pluspunkt versteckt sich hinter der Bezeichnung „Remote Blob Storage“ (RBS): „Ein wichtiger Schritt zur reifen Lösung war es zu erkennen, dass die Dokumente nicht in einer Datenbank liegen müssen. Dank RBS können sie nun zur Gänze

auf ein File- oder Storage-System ausgelagert werden.“ Über diese neue Schnittstelle haben alle Storage-Hersteller Zugriff wie etwa NetApp mit seinem SnapManager.

Darüber hinaus verfügt SharePoint 2010 über die aus Office 2007 bekannte Ribbon-Benutzeroberfläche, was die Anwenderakzeptanz deutlich steigert. „Ein entscheidender Punkt, denn viele Projekte scheitern am End-User, falls die gebotene Lösung zu kompliziert erscheint.“

Mit der neuen Oberfläche ergibt sich ein einheitliches Nutzungserlebnis: Egal ob der Endanwender zwischen Microsoft-Programmen hin- und herspringt, von der Client- zu Web-Anwendungen wechselt oder Daten aus dem SAP-System bearbeitet – er muss die gewohnte Office-Umgebung nicht mehr verlassen. Dass sich Redmond bei der Entwicklung der Version 2010 stark am Nutzungsverhalten der Endanwender orientiert hat, zeigt sich auch bei der Integration von Social Networking-Funktionen. Nahed Hatahet schränkt jedoch ein: „Das sind Killer-Funktionen, allerdings ist der Markt noch nicht reif dafür. Es braucht Zeit, bis die Vorteile für den Business-Bereich erkannt werden.“

Alles in allem stellt SharePoint 2010, das „Enterprise Content Management for the mass“, für Hatahet weniger ein Produkt, als eine Plattform dar, die weit über die Möglichkeiten der klassischen Server-Installation hinausgehen. „Wir sind bereits im Organisationsberatungsbusiness, das Partner zahlreiche Chancen bietet“ – ein Ansatz, mit dem er schon einige Großkunden überzeugen konnte.

Auch Microsoft selbst zeigt sich mit dem Engagement zufrieden: „Steve Ballmer hat Sharepoint 2010 als ‚Facebook für Unternehmen‘ bezeichnet, was die Vielfältigkeit der Plattform aufzeigt. Partner wie Nahed Hatahet bringen diese Innovationen nach Österreich und das Knowhow in die Unternehmen – schon lange vor der Produktverfügbarkeit“, sagt Herbert A. Koczera, Pressesprecher Produkte bei Microsoft Österreich.

www.hatahet.eu

KURZ & BÜNDIG



Hybris-Umfrage

Multi-Channel-Strategie

Obwohl sich der Vertrieb über verschiedene Kanäle im Handel längst etabliert hat, bedeutet die konsistente Vernetzung der Vertriebswege für die meisten Unternehmen eine große Herausforderung. Dies zeigt jetzt eine Umfrage, die der Experte für Multi-Channel Commerce und Communication hybris auf dem dritten E-Commerce Summit in Zürich unter 160 Firmen durchgeführt hat. Ein weiteres Ergebnis der Befragung: Mobile Plattformen werden bereits vermehrt als Absatzkanal in die Multi-Channel-Strategie integriert, Tendenz steigend. Dies ist nicht zuletzt auf den aktuellen iPhone-Hype zurückzuführen -- über zwei Drittel der Teilnehmer nutzen ihr Smartphones bereits für die mobile Informationssuche.

Die Umfrage zeigt zudem, dass es nicht ausreicht, auf möglichst vielen Kanälen präsent zu sein. Vielmehr geht es darum, die diversen Vertriebswege so miteinander zu vernetzen, dass sie bestmöglich voneinander profitieren und sich nicht gegenseitig kannibalisieren. Die größte Herausforderung sehen die befragten Unternehmen bei der Service-orientierten Organisation der Back-Office-Prozesse wie Anfragen, Reklamationen, Retourenabwicklung (rund 80%), gefolgt von der Datenpflege über mehrere Absatzwege hinweg (74%).

Überraschend ist, dass sich trotz dieser Problematik nur etwa 43% der Unternehmen eines Product Information Management (PIM)-Systems bedienen. Das ist eine Steigerung von lediglich einem Prozent im Vergleich zum Vorjahr. 69% gaben jedoch an, die Vernetzung weiter vorantreiben zu wollen. Davon versprechen sich die Firmen vor allem einen Effizienzgewinn bei der Vermarktung neuer Produkte (93%). 89% hoffen, so neue Zielgruppen anzusprechen, und 84% glauben, dadurch einen höheren Umsatz generieren zu können. Von einer Multi-Channel-Strategie versprechen sich 78% einen Image-Gewinn sowie die Verbesserung der Konversionsrate.

www.hybris.de



◀ Michael Weiss, Erste Bank Österreich; Rudolf Semrad, Swatch Group Österreich; Johannes Gutmann, Kräuterhandels GesmbH, Sandra Reich, WIFI Management Forum Wien; Niklas Tripolt, VBC und Thomas Schmidt, WIFI Wien.

WIFI & VBC

Zweiter österreichischer Verkaufskongress

„Mythos Verkauf – die modernen Verkaufsprofis“ war das Thema des zweiten österreichischen Verkaufskongresses. Rund 200 Verkaufsprofis fanden sich Mitte März in der Wirtschaftskammer Österreich ein, um gemeinsam den Wissensvorsprung im Verkauf zu schaffen. An den zwei Tagen boten das WIFI Management Forum und das VerkaufsberaterInnencolleg VBC zahlreiche Vorträge, Workshops sowie eine Podiumsdiskussion mit Top-Referenten aus der Wirtschaft. Die Themen „Werte schaffen“, aber auch „Moral“, „traditionelle Werte“ sowie „Ethik im Verkaufsprozess“, zogen

sich durch die gesamte Veranstaltung als roter Faden. „Der Verkauf befindet sich im Umbruch. Merklich ändern sich auch die Spielregeln im Business, daher heuer das Thema „Ethik im Verkauf“, wo Anreizsysteme, Motivation und neue Verkaufsstrategien eine wichtige Rolle spielen“, leitete Mag. Sandra Reich, Veranstalterin und Leiterin des WIFI Management Forum Wien, den Kongress ein, der von zirka 200 Teilnehmern besucht wurde. Video und Unterlagen der Vortragenden unter:

www.wifiwien.at

Hiscox

Firmen zahlen Zeche oft aus Privatkasse

Um die Wirtschaftskrise zu überstehen, haben Unternehmer während der Rezession nicht nur gespart und die Betriebskassen belastet. Darüber hinaus mussten sie auch kräftig in ihre eigenen Taschen greifen. Wie der Spezialversicherer Hiscox von Daten der Bundesagentur für Arbeit aufzeigt, investierten allein deutsche Chefs kleiner und mittelständischer Unternehmen rund 14 Mrd. Euro in ihre Firmen, um die Folgen

der Krise überdauern zu können. Im Vergleich zu Unternehmern aus Frankreich, Großbritannien oder den Niederlanden liegen sie damit an der Spitze.

Mittlerweile blicken die Unternehmer zwar wieder optimistischer in die Zukunft ihrer Firmen. Der Großteil geht 2010 von einer positiven Geschäftsentwicklung aus. Knapp ein Drittel der Chefs will in diesem Jahr sogar expandieren. Sie mussten Hiscox zufolge jedoch „enorme persönliche Einbußen und finanzielle Risiken“ auf sich nehmen, um durch die Krise zu steuern.

www.hiscox.de

KURZ & BÜNDIG



Honeywell-Studie

Großes Potenzial für „Mobile Couponing“

Die Technologie, Gutscheine und Coupons an Handys zu senden und diese direkt von Displays zu erfassen, ist noch jung. Umso erstaunlicher sind die Ergebnisse einer neuen Umfrage, die das Marktforschungsinstitut Harris Interactive im Auftrag von Honeywell Scanning & Mobility durchgeführt hat: Die Erhebung prophezeit der als „Mobile Couponing“ bezeichneten Technologie ein hohes Marktpotenzial.

Die Ergebnisse zeigen, dass fast die Hälfte aller erwachsenen (46%) Besitzer eines Mobiltelefons den Empfang und das Einlösen von elektronischen und mit Barcodes versehenen Coupons per Handy zumindest gerne ausprobieren würde. Unter jungen Erwachsenen im Alter zwischen 18 und 34 Jahren ist diese Bereitschaft mit 66% am größten. Das Mobile Couponing könnte somit für den Einzelhandel und ganz besonders dort, wo junge Käufergruppen angesprochen werden sollen, zu einem vielversprechenden Marketing-Instrument werden.

Weitere Ergebnisse der Studie: Coupons sind bei Käufern nach wie vor gefragt: 86% der Erwachsenen haben schon einmal herkömmliche Papiergutscheine aus einer Zeitung oder einer Zeitschrift eingelöst, 65% bereits elektronische, ausgedruckte Gutscheine aus dem Internet oder aus E-Mails. Dies deutet darauf hin, dass viele Kunden Couponing als einen Weg betrachten, um Geld zu sparen.

Web-Seiten sind für das Mobile Couponing besonders interessant: 75% der Besitzer von Mobiltelefonen, die ihre Nummer an Einzelhändler weitergeben würden, bevorzugen es, sich regelmäßig bei einer Web-Seite einzuloggen, um aus einer Übersicht für mobile Gutscheine diejenigen auszuwählen, die sie auf ihr Handy erhalten möchten.

www.honeywellaidc.com

Tech Data

Geld verdienen mit Virtualisierungslösungen

Virtualisierung ist in aller Munde, denn in schwierigen Zeiten wird der Ruf nach Kostensenkung, Hochverfügbarkeit, Flexibilität und einer Steigerung der Ressourcenauslastung immer lauter. Tech Data und Microsoft bringen in diesem Sinne dem Fachhandel in einer Veranstaltungsreihe die entsprechenden Vorteile von Virtualisierungslösungen nahe.

Im Fachhandel wie beim Endkunden wächst das Interesse an Virtualisierungs-Produkten rasant an: Marktforschungsunternehmen gehen davon aus, dass sich dieser Trend bis 2012 noch verstärken wird. Effizienzsteigerungen durch besser ausgelastete Systeme,

mehr Platz im Server-Schrank, der Stromverbrauch sinkt, und meist werden auch weniger Netzwerkports benötigt – so lassen sich die Vorteile von Virtualisierungstechniken für den Kunden umschreiben.

Fachhandelsseitig lässt sich sagen, dass Kunden mit sauber implementierten und performanten Virtualisierungslösungen eine signifikant hohe Bindung an „ihren Händler“ aufweisen. „Um den Bedürfnissen des Marktes gerecht zu werden, hat Tech Data im vergangenen Herbst die erfolgreiche Event-Reihe ‘Make Money with Microsoft Virtualization’ ins Leben gerufen. Zusammen mit dem größten Software-Hersteller wollen wir von Tech Data den Fachhändlern die Vorteile, Tipps & Tricks aus der Praxis und die Möglichkeiten der Microsoft-Virtualisierung näher bringen“, beschreibt Markus Steiner, Business Development Manager für den Bereich Microsoft Virtualisierung bei Tech Data Österreich. Nächste Station der „Make Money Tour“ ist am 6. Mai 2010 in Wien.

www.techdata.at



„Wollen Fachhändlern die Vorteile der Microsoft-Virtualisierung näher bringen.“

Markus Steiner
Business Development Manager bei Tech Data Österreich

Creditreform

42 Insolvenzen pro Werktag

Ein erster Blick auf die Insolvenzentwicklung im 1. Quartal 2010 zeigt einen weiteren, wenn auch abgeschwächten Aufwärtstrend beim so genannten „Privatkonkurs“: 2.586 insolvente Privatpersonen bedeuten ein Plus von 6,4%. Während die Anzahl der eröffneten Schuldenregulierungsverfahren

mit Plus 4,4% auf 2.242 Verfahren ansteigen wird, wird die Zahl der mangels Masse abgewiesenen Insolvenzanträge um 22% auf 344 Fälle ansteigen. Die Privatschuldner haben hier nicht einmal mehr die Mittel zur gerichtlichen Bereinigung ihrer Verbindlichkeiten zur Verfügung. Der Grund dafür scheint die stetig steigende Zahl an Arbeitslosen sein. Ohne geregeltes Einkommen ist eine Entschuldung mittels Zahlungsplan aussichtslos. Das ist umso bedauerlicher, weil volkswirtschaftlich gesehen nur ein entschuldeter Privater wieder ein guter Konsument ist.

Übrigens: Der Bundesländervergleich zeigt, dass in Tirol (+21,5%), Kärnten (+16,9%) und im Burgenland (+9,4%) die Insolvenzen am stärksten angestiegen sind. In Salzburg (-12,3%) sind sie hingegen gesunken.

www.creditreform.at

