

Die Schweiz im

# FOCUS

Midrange MAGAZIN



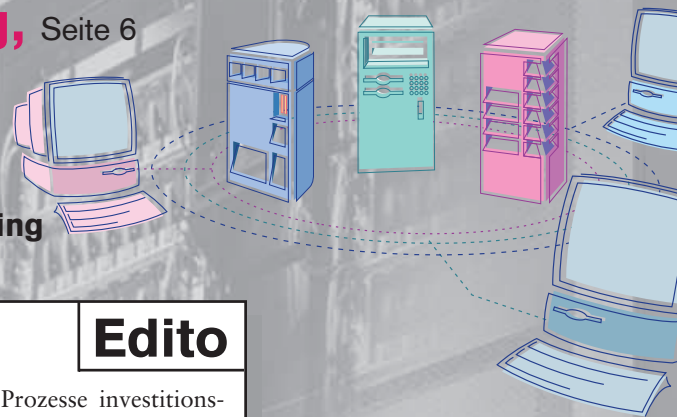
Juni 2002

Ausgabe 46

**Messe oder nicht – das ist hier die Frage,** Seite 2  
Wirtschaft und Medien argumentieren über Sinn und Unsinn von Messen

**Hohe Ansprüche – eine Lösung,** Seite 6  
Lely Group mit Komplettlösung von Intenia

**Software für Stoffware,** Seite 8  
Bischoff Textil AG jetzt mit Hoinfo von B+L Consulting



## Die Schweiz investiert

## Edito

Die Schweizer Kantonalbanken investieren massiv in ihre Kunden(bindung), so die Management- und IT-Beratung Cap Gemini Ernst & Young: Nur fünf planen in diesem Jahr kein CRM-Projekt. Interessant sind vor allem die Hintergründe dieser Aktivitäten, im Vordergrund stehen nämlich die Verbesserung des Kundendienstes und das Sammeln von Kundendaten – Effizienzzielen wird fast keine Bedeutung beigemessen. Die Probleme bei e-Business-Projekten der Kantonalbanken lagen in der Vergangenheit primär in der Finanzierung. 46 Prozent nannten die Implementierungs- und 44 Prozent die Entwicklungskosten als grösste Schwierigkeit. Auch die Dauer der Implementierung wurde negativ gewertet, zudem habe der Businessplan nicht oder nur teilweise umgesetzt werden können. Von langer Hand geplant und perfekt inszeniert ist das Generationen-Event Expo 02. Gesamtaufwendungen von 1,5 Milliarden Franken stehen zu erwarten und viele investitions- und innovationsfreudige Unternehmen agieren als Partner, Sponsor oder Supporter, um der Veranstaltung das monetäre Schicksal der Hannoverischen Expo zu ersparen.

Dass auch elektronische Prozesse investitions-würdig sind, machen die Schweizer Universitäten im Bereich e-Learning vor. Eine Studie der Universität Zürich ergab, dass in Deutschland in diesem Jahr zirka 20 Euro pro Student für elektronische Lehrangebote ausgegeben werden. In der Schweiz sind es rund 50 Euro.

Für e-Learning sprechen vor allem schnellere Lernerfolge, so die Verfechter der Technologie. Die Schweizer Studenten sind also künftig schneller clever oder zeitgleich cleverer? Dass auch schwarz-auf-weiss-News zu Cleverness – insbesondere im Hinblick auf Investitionsentscheidungen – beitragen können, beweisen wir mit dem aktuellen Focus. Unser Kundenbindungsinteresse auch.

*Viel Spass bei der Lektüre wünscht*

*Ihr Michael Wirt*

Wirtschaft und Medien argumentieren über Sinn und Unsinn von Messen

# Messe oder nicht – das ist hier die Frage

*Um in den Unternehmen wertvolle Erkenntnisse für Strategien zu gewinnen, ist der Austausch von Erfahrungen und Meinungen von zentraler Bedeutung. Wirkliche Plattformen, welche den Dialog insbesondere zwischen der Wirtschaft und den Medien ermöglichen, sind in der Schweiz jedoch rar. Mit der Durchführung des ersten „media coffee“ lancierten „news aktuell“ und „in marketing gmbh“ eine Podiumsdiskussion, die dem Bedürfnis vieler Unternehmer und Journalisten entspricht. Rund 90 Interessierte reisten nach Zürich in die LIMMAT-HALL, um die von Michael von Babo moderierte Diskussionsrunde zum Thema „Ist die Teilnahme an einer Messe zwingend? Was für Alternativen stehen zur Verfügung?“ mitzuerfolgen.*

In der Schweizer Wirtschafts- und Medienlandschaft wächst die Nachfrage nach thematisierten Informationsplattformen kontinuierlich. Informationen sollen in kompakter Form die verschiedenen Facetten aktueller Themen aufzeigen, Hintergrundwissen und Praxiserfahrung vermitteln und in der Kombination eine objektive Entscheidungsgrundlage bieten. Die neue Veranstaltungsreihe „media coffee“ greift dieses Bedürfnis durch die Förderung eines aktiven Meinungsaustausches und die kritische Hinterfragung aktueller Trends aus Kommunikation, Medien und Wirtschaft auf und bietet Verantwortlichen aus Marketing und Kommunikation sowie Unternehmen neue Ansichtspunkte und Impulse.

## Ist die Teilnahme an Messen zeitgemäss?

Diverse Meldungen der letzten Monate zeigen es deutlich und unmissverständlich: Immer mehr Unternehmen – darunter namhafte Grosskonzerne – verzichten auf eine Messebeteiligung und prüfen Alternativen, um ihr Zielpublikum zu erreichen. Dieser Trend wirft Fragen auf, die am ersten „media coffee“ unter der Leitung von Michael von Babo, Initiator verschiedener Computermessen, mit Klaus J. Stöhlker, Direktor der Klaus J. Stöhlker AG, Rainer Artho, Geschäftsführer Reedmessen (Schweiz) AG, sowie Kathrin Ugur-Beriger, Public Relations Manager Compaq Schweiz AG, diskutiert wurden. Unter anderem wurde heftig über die nötigen Qualitätsmerkmale von Messen referiert, Konsequenzen, die eine Nicht-Teilnahme eines Unternehmens mit sich bringen, durchleuchtet sowie über die Verantwortung von Messeorganisatoren gegenüber den Ausstellern und Besuchern debattiert.

## Kritische Stimmen in Sachen Messen

„Messen wie die Orbit oder Internet Expo sind in den letzten Jahren extrem gewachsen“, so Klaus J. Stöhlker. „In der Schweizer Messeorganisation herrscht jedoch ein Miss-Management. Man kann dies durchaus mit dem Bau eines grösseren und schwereren Autos vergleichen, bei dem vergessen wurde einen stärkeren Motor einzubauen.“ Eine wertvolle Erkenntnis brachte Kathrin Ugur in die Diskussion ein: „Ein Unternehmen sollte sich nur dann für eine Messebeteiligung entscheiden, wenn Kommunikations- und Marketingziele klar definiert sind und die Teilnahme zur Erreichung der gesteckten Ziele notwen-

dig ist. Zudem ist nicht zwingend erforderlich, dass auf dem Messestand neue Produkte gezeigt werden. Eine klare Botschaft, die das Zielpublikum erreicht und nachhaltige Wirkung hinterlässt, ist jedoch ein Muss.“ Rainer Artho wies auf eine oft vernachlässigte Ressource hin: „Viele Unternehmen unterschätzen, wie wichtig die Schulung des Messepersonals ist. Hier besteht grosser Handlungsbedarf.“

In einem Punkt sind sich alle Podiumsteilnehmer einig: Messen werden weiter bestehen. Um mit der Veränderung der Wirtschaftslage mitzuhalten, sollten sich Unternehmen und Messeorganisatoren jedoch neue Konzepte überlegen, welche die Messen wieder verstärkt zum Event hinführen und vermehrt auf die anvisierten Zielgruppen eingehen.

Das zahlreiche Erscheinen der Teilnehmer und Teilnehmerinnen sowie das positive Feedback bescheinigte den Organisatoren, dass mit dem „media coffee“ ein echtes Bedürfnis angesprochen wurde: Dieses gewährleistet, dass auch zukünftig Podiumsdiskussionen zu brisanten Themen mit Meinungsmachern und kritischen Hinterfragern geführt werden können.

Autorin: Jolanda Brühwiler

In Marketing GmbH  
CH-8603 Schwerzenbach  
☎ (+41) 01/80640-52  
🌐 [www.inmarketing.ch](http://www.inmarketing.ch)

Web-Hosting Hand in Hand mit dem Kunden

# Gemeinsam auf Nummer sicher gehen

*Die anhaltenden Viren- und Hackerangriffe haben die Web-Hosting-Firmen auf ein wichtiges Thema sensibilisiert: Datensicherheit. Denn die Sicherheit der ausgelagerten Daten spielt für die Kunden eine zentrale Rolle. Um den kontinuierlich wachsenden Sicherheitsanforderungen gerecht zu werden, haben die Web-Hoster ihre Schutzvorkehrungen drastisch erhöht. Gemeinsam mit den Kunden werden individuell abgestimmte Sicherheitskonzepte entwickelt und umgesetzt, die das Risiko von unerwünschten Zwischenfällen minimieren und unternehmensinterne Sicherheitsmängel gezielt ausmerzen.*

## Sicherheitsschwächen erkennen

Absolute Sicherheit für elektronische Daten im Web gibt es nicht. Sobald Daten bearbeitet, über ein Netzwerk versandt werden und dadurch mehreren Personen zugänglich sind, besteht die Möglichkeit eines unerlaubten Zugriffs. Die Gefahr eines externen Angriffs ist relativ gering, denn die in der

Schweiz für Hacker interessanten Webseiten lassen sich an einer Hand abzählen. Wie eine Studie der International Data Corporation (IDC) zeigt, haben rund 90 Prozent der Verstösse gegen die IT-Sicherheit interne Ursachen und die daraus entstehenden Schäden werden in mehr als 45 Prozent der Fälle durch unzuverlässige Mitarbeiter verursacht. Darüber hinaus bilden Viren übers Internet und e-Mail-Systeme für Firmen noch immer die grösste Gefahr. Je mehr Daten gespeichert werden und je komplexer die Zugriffsmöglichkeiten über das Netz sind, desto dringlicher stellt sich die Sicherheitsfrage.

Wer einem Web-Hoster seine Daten anvertraut, will Gewähr, dass dieser die sensiblen Kundendaten vor unerlaubten Zugriffen schützt. Zahlreiche Massnahmen wie Firewalls, Intrusion Detection-Systeme, klare Zugangsberechtigungen und -kontrollen bieten mehr oder weniger Schutz vor Datenmissbrauch. Deshalb gehen einzelne Web-Hosting-Dienstleister bereits heute einen Schritt weiter und realisieren zusammen mit dem Kunden umfassende Unternehmenssicherheitsstrategien. Denn ein lü-

ckenloses Sicherheitsmanagement ist ein Gesamtwerk, das aus vielen Mosaiksteinen besteht. Es erstreckt sich vom Netzwerkdesign über den Betrieb einer Firewall, 24-Stunden-Service für Hardware und Betriebssystem, laufende Anpassungen an aktuelle Entwicklungen (z.B. neue Angriffstechniken) und die tägliche Sicherheitskopie bis hin zum Passwort- und User-Management.

## Firewalls – geregelter Schutz des Datenverkehrs

Im Rahmen von Konzepten zur Netzwerksicherheit werden Firewalls immer wichtiger. Sie agieren als Filter zwischen zwei Netzen – beispielsweise dem Internet und Intranet – und steuern den Datenverkehr auf Netzwerk-, Benutzer- und Dateiebene nach vordefinierten Regeln. Hierfür gibt es zwei Möglichkeiten: Entweder sind grundsätzlich alle Berechtigungen gesperrt und einzelne Rechte werden gezielt vergeben, oder alle Berechtigungen sind offen und die Zugriffe werden im Nachhinein eingegrenzt. Grundsätzlich hat die Firewall die Aufgabe, das Netzwerk durch klar bestimmte Zugriffskontrollen und Rechteverwaltung nach aussen zu schützen.

Web-Hoster sichern damit in erster Linie das eigene Netzwerk. Doch übernehmen diese Dienstleister heute in zunehmendem Masse auch das Hosting der Firewall für den Kunden. Dadurch spart der Kunde sowohl die Kosten für eine eigene Firewall als auch den Zeit- und Personalaufwand für deren korrekte Konfiguration. Denn auch die modernste Firewall erfüllt ihren Dienst nur bei sorgfältiger Definition aller gewünschten Sicherheitsrichtlinien. Und selbst dann bietet sie nur Schutz innerhalb der



vordefinierten Regeln. Ist ein Angreifer mit diesen Regeln vertraut, kann er trotz dieser Schutzmauer unbemerkt ins Netzwerk einbrechen.

### **Intrusion Detection-Systeme (IDS) für erhöhte Einbruchssicherung**

Um das Netzwerk effizient gegen Eindringlinge von aussen zu schützen, stehen heute bei den meisten Web-Hostern so genannte Intrusion Detection-Systeme im Einsatz. Diese Systeme übernehmen die Funktion von Überwachungskameras. Durch ständige Beobachtung und sofortige Meldung ungewöhnlicher Aktivitäten können sowohl interne als auch externe Angriffe rasch entdeckt und die Reaktionszeiten drastisch verkürzt werden.

### **Sicherheit durch Netzwerkarchitektur**

Ein weiterer ausschlaggebender Punkt im IT-Sicherheitsgefüge ist die Stabilität des verfügbaren Netzwerkes. Während einige Web-Hoster auf geleaste oder fremde Systeme vertrauen, setzt SwissWeb GmbH auf die Vorteile einer eigenentwickelten Netzwerkarchitektur, die es erlaubt, Schutzmechanismen flexibel auf die aktuellen Sicherheitsanforderungen abzustimmen. Auch technische Neuerungen und Erweiterungen können so ohne grossen Zeitverlust ins Netzwerk implementiert werden. Gerade im KMU-Segment ist es entscheidend, jederzeit auf veränderte Kundenbedürfnisse einzugehen und das Netzwerkdesign anpassen und verändern zu können.

Eine eigene Netzwerkarchitektur versetzt den Web-Hoster zudem in die Lage, diese laufend zu optimieren und neue Sicherheitslücken rasch zu schliessen. Dadurch wird die Basis für einen weitestgehend störungsfreien Betrieb und permanent „funktionierende“ Kunden-Web-Sites geschaffen, was zu erhöhter Kundenzufriedenheit führt und damit für den Web-Hoster effektive Kundenbindung bedeutet.

### **Betriebsbedingte Sicherheitslücken schliessen**

Zu beachten ist ferner, dass Sicherheitslücken im Netzwerk nicht immer auf technische Mängel zurückzuführen

sind. Oft sind Bedienungsfehler, unsorgfältiger Umgang mit Daten und e-Mail-Systemen weit gravierender. Das e-Mail ist ein Geschäftspapier und soll auch so behandelt werden. Doch trotz der steigenden Virengefahr werden e-Mails bedenkenlos geöffnet und in alle Welt versendet, e-Mail-Adressen hinterlassen und persönliche Daten bei Gewinnspielen angegeben. Wer sich bewusst ist, dass jede Bewegung im Internet und jedes versandte e-Mail Spuren hinterlässt, wird sich zukünftig anders verhalten – oder einen Virus einfangen. Wer Datenmissbrauch und Virenschäden vorbeugen will, muss die gezielte Aufklärung der Mitarbeiter ins unternehmerische Pflichtprogramm aufnehmen. Denn selbst das beste Sicherheitskonzept kann die gewünschte Wirkung nur zeitigen, wenn die Netzwerkbenutzer mit den definierten Sicherheitsregeln vertraut sind und diese einhalten.

### **Erhöhter Sicherheitsaspekt durch kundenspezifische Konzepte**

Da Sicherheit ein vielschichtiger Prozess ist, der umfassendes Know-how und ausgereifte Technologie erfordert, empfiehlt sich speziell für KMUs der Beizug eines externen Spezialisten. „Out-of-the-Box“-Systeme mögen zwar für kleine Firmen oder Privatpersonen ausreichend sein. Doch wirklich sicher sind sie nicht, da sie die spezifischen Bedürfnisse nur selten gezielt abdecken. Ein kompetenter Web-Hoster kann dem KMU das

erforderliche Know-how, professionellen Datenschutz, permanente Überwachung und sofortige Reaktion bei Netzwerkstörungen anbieten. Der Kunde kann sich weiter auf sein Kerngeschäft konzentrieren, die Kosten für seine Sicherheitsinfrastruktur optimal planen und nachhaltig senken.

Jürgen Haller, Mitglied der Geschäftsleitung der SwissWeb GmbH, hält abschliessend fest: „Ein wichtiges Entscheidungskriterium bei der Wahl des Hosters ist der angebotene Customizing-Grad. Um eine langfristige, auf gegenseitigem Vertrauen basierende Partnerschaft zu realisieren, müssen Bedingungen geschaffen werden, die Flexibilität bei Dienstleistung und Support gewährleisten. Wir wollen mit dem Kunden wachsen und ihm diese Möglichkeit durch gemeinsam erarbeitete Sicherheitskonzepte anbieten. Hand in Hand mit dem Kunden stellen wir sicher, dass seine Bedürfnisse berücksichtigt und umgesetzt werden.“

*Der Autor Ronald Meier ist CEO der SwissWeb GmbH.*

SwissWeb GmbH  
CH-8052 Zürich  
☎ (+41) 01/307 80 10  
🌐 [www.swiss-web.com](http://www.swiss-web.com)

#### **FOCUS**

Herausgeber: Michael Wirt  
Chefredakteur: Michael Wirt (M.W.)

Redaktion:  
☎ (+49) 081 91/96 49-26  
✉ [focus@midrangemagazin.de](mailto:focus@midrangemagazin.de)  
Thomas Seibold (T. S.)  
Klaus-Dieter Jäggle (KDJ)

Anzeigen:  
Waltraud Mayr · ☎ (+49) 081 91/96 49-23  
✉ [waltraud.mayr@midrangemagazin.de](mailto:waltraud.mayr@midrangemagazin.de)

Erscheinungsweise: 12 Ausgaben pro Jahr,  
jeweils zum Ende des Vormonats

#### **PRODUKTION**

Satz + Druckvorstufe: Popp Media Service  
Produktion: Druckerei Joh. Walch

#### **VERLAG**

I.T.P.-Verlags-GmbH  
Kolpingstrasse 26, D-86916 Kaufering  
☎ (+49) 08191/9649-0,  
☎ (+49) 08191/70661  
✉ [service@midrangemagazin.de](mailto:service@midrangemagazin.de)  
🌐 [www.MidrangeMagazin.de](http://www.MidrangeMagazin.de)  
Gesellschafter: U. E. Jäkel  
Geschäftsführer: Michael Wirt,  
Klaus-Dieter Jäggle  
Marketing: Klaus-Dieter Jäggle  
Abonentenservice: (+49) 081 91/96 49-25

Bankverbindung Deutschland:  
Raiffeisenbank Kaufering  
Konto Nr. 537 500  
BLZ 701 694 26

Bankverbindung Schweiz:  
Postkonto 40/476215/5

Lely Group mit Komplettlösung von Intentia

# Hohe Ansprüche – eine Lösung

*Die Lely Group bietet wettbewerbsfähige Konzepte an, welche unter anderem qualitativ hochstehende Produkte und Dienstleistungen im Bereich Landwirtschafts- und Recyclingmaschinen beinhalten. Es ist daher keine Überraschung, dass sich das Unternehmen einen Technology Leader unter den ERP-Anbietern wählte, um ihre IT-Bedürfnisse abzudecken.*

In diesen Tagen, wenn die Qualität der Serviceleistungen und Produkte über „Sein oder nicht Sein“ entscheidet, darf eine Unternehmung ihre Bedürfnisse im Bereich IT nicht ignorieren. Die Lely Group hat den grossen Schritt vorwärts gemacht und die ERP-Lösung Movex von Intentia implementiert:

## Evaluation der Lösung

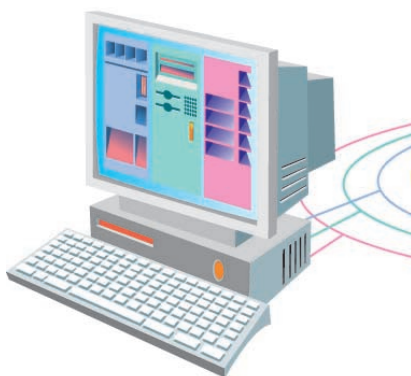
Ehe das Unternehmen im Stande war diesen Schritt zu wagen, musste ein detaillierter und ausführlicher Evaluierungsprozess geplant und ausgeführt werden.

Die in Frage kommende ERP-Lösung würde folgende Bedürfnisse abdecken müssen:

- Lokale Standards bezüglich Buchhaltung, Steuer- und Personalwesen sowie RPC-Normen der einzelnen Länder, in welchen die Unternehmensgruppe mit Niederlassungen vertreten ist.
- Multi-Site und Multi-Entity-Funktionalität, um einen umfassenden Informationsaustausch zwischen sämtlichen Niederlassungen und Geschäftsbereichen zu garantieren.

Mit Niederlassungen und zahlreichen Kunden in der EU war es nicht mehr möglich, mit den alten Systemen zu arbeiten, da sie nicht in der Lage waren, mit dem Euro und den Änderungen, welche die neue Währung mit sich brachte, umzugehen.

Damit das Tagesgeschäft während der Implementierungsphase nicht durch den Einsatz zu vieler Ressourcen innerhalb der Unternehmensgruppe beeinträchtigt werden würde, musste das neue System extrem anwenderfreundlich und leicht zu erlernen sein. Der Lösungsanbieter musste daher ein ausgereiftes und durchdachtes Implementierungsprogramm anbieten, welches den Bedürfnissen und dem Firmen-Umfeld einfach angepasst werden konnte.



„Leistungsfähige Module für das Management von Service- und Kundenaufträgen sowie Materialplanung sind der Schlüssel in unserem Geschäft“, erklärt Lelys IT Leiter, Jürgen Schmitt. „Die ERP Lösung, für die wir uns entscheiden würden, musste diese Anforderungen voll umfänglich abdecken.“

In Fällen, wo zum Beispiel der Servicetechniker vor Ort Ersatzteile für Reparatur- oder Instandhaltungsarbeiten be-

nötigt, organisiert Movex‘ Material-, Bedarfs- und Planungs-Funktionalität automatisch den Ersatz und die Vorauszuteilung der nötigen Ersatzteile vom zentralen Lager.

„Die lückenlose Rückverfolgbarkeit jedes in unseren Maschinen verwendeten Teils muss garantiert sein – sei es zum Beispiel die Rückverfolgbarkeit eines Ersatzteils pro Roboter oder pro Kunde innerhalb der Gruppe. Wir müssen die gesamte Geschichte unserer Produkte und der einzelnen Teile zurückverfolgen können. Movex‘ Such- und Verwendungsnachweis-Funktionen von Seriennummern – basierend auf unterschiedlichen Stufen – macht uns dies auf einfache Art möglich.“ so Jürgen Schmitt.

Egal wie sehr eine Unternehmung die Qualität als oberstes Auswahlkriterium beim Erwerb von Produkten und Dienstleistungen wählt, letztendlich ist doch das Preis-/Leistungsverhältnis von entscheidender Bedeutung. Die Lely Group bildete in diesem Punkt keine Ausnahme: Im Endeffekt muss der Nutzen, welche das Unternehmen davon trägt, die investierten finanziellen Mittel übertreffen.

## Hohe Ansprüche an den Solution Provider

Einer der Ansprüche die von der Lely Group an den Anbieter der ERP-Lösung gestellt wird, ist, dass ein einziger Anbieter im Stande sein muss, das gesamte Konzept und die ganzheitliche Lösung anzubieten. Dies ist ein Teil der Firmenpolitik, den die Unternehmensgruppe von ihrem Auftreten im Markt – als Anbieter einer Gesamtlösung und nicht nur einzelner Produkte – auch auf ihre Lieferanten und Partner überträgt.

Aufgrund der Tatsache, dass das neue System weltweit installiert werden würde, war zudem unabdingbar, dass der in Frage kommende Anbieter ein starker globaler Partner sein müsste, mit Niederlassungen in sämtlichen Ländern, in denen auch die Lely Group Niederlassungen hat. Das Know-how des Lösungsanbieters sollte sich zudem nicht nur auf den IT-Markt und da vor allem auf den ERP-Markt im Besonderen beschränken. Vielmehr war die Lely Group auf der Suche nach einem Lösungsanbieter mit ausreichender Erfahrung und Wissen in Bezug auf den Service & Rental Markt, dem die Lely Group angehört, sowie dessen spezifischen Anforderungen.

Wenn eine Unternehmung sich entscheidet, in ihre IT-Umgebung zu investieren, erhält die Sicherheit im Bezug auf den finanziellen Status und die Stärke des Fundaments des Anbieters höchste Priorität im Evaluierungsprozess. Intentionia,

1984 gegründet und mittlerweile als zweitgrösster ERP-Anbieter in Europa und in der Schweiz etabliert – konnte diese Sicherheitsanforderungen vollends erfüllen. „In Zeiten wie diesen, wo der Konkurrenzkampf hart ist und IT-Firmen kommen und gehen, war es wichtig für uns, einen Anbieter zu finden, der auch in 10 Jahren noch existiert. Unsere Entscheidung basierte auf der Sicherung unserer Investition,“ erläutert Jürgen Schmitt.

#### **Erfolgreich installiert**

Jedes Produkt ist nur so gut wie der Level der Schulung und das Know-how der Personen, welche das Produkt einsetzen. Es war daher von grösster Wichtigkeit für die Lely Group, dass eine Implementierungs-Methode angeboten wurde, welche zum Einen nur wenige interne Ressourcen für eine kurze Periode benötigte und – zum Anderen – die bestmögliche Schulung der benötigten Kenntnisse garantierte. „Implex,

Intentionias Einführungsmethode, welche auf der Grundfrage ‚was macht eine Firma und wie macht sie es‘ beruht, erwies sich als die ideale Methode für die Lely Group“, erklärt Thomas Fink, Marketing Leiter der Intentionia Switzerland AG. Während der Einführungsphase wurden Informationen wie Stellenbeschriebe, Prozeduren etc. in einer strukturierten Art zusammengefasst und implementiert. „Wir sind überzeugt, dass wir, dank der Einführung von Intentionias Movex, unsere Marktposition als einer der Technology Leaders gefestigt haben – wovon im Endeffekt nicht nur wir, sondern auch unsere Kunden profitieren,“ sagt Jürgen Schmitt abschliessend.

*Intentionia Switzerland AG*  
CH- 6303 Zug  
☎ (+41) 041/74868-68  
🌐 [www.intentionia.ch](http://www.intentionia.ch)

Anzeige

---

Bischoff Textil AG jetzt mit Hoinfo von B+L Consulting

# Software für Stoffware

*Mit dem Gründungsjahr 1927 begann der Erfolgsweg einer der bedeutendsten Stickereifirmen der Schweiz. Entwicklung, Herstellung und Vertrieb von Stickereien lagen von Anfang an in den Händen erfahrener Fachleute. Deren oberste Maximen lauteten stets innovative Kreationen in hervorragender Qualität und perfekter Service. Heute beschäftigt die Bischoff Textil AG rund 300 Mitarbeiter. Das Sortiment umfasst alle Arten von Stickereien.*

Über firmeneigene Niederlassungen in London, Mailand, Lustenau, New York, Los Angeles und Bangkok, Joint-Ventures in der Türkei, den USA und Thailand sowie durch ein weltweites Vertreternetz werden die Erzeugnisse zum grössten Teil bei renommierten Markenfirmen der Konfektionsindustrie abgesetzt. Bedingung für den weltweiten Erfolg ist der Einsatz von zeitgemässen Produktionsmitteln.

## Die Evaluation

Nach umfangreicher Evaluation der drei in der engeren Auswahl stehenden Softwarelösungen hat sich Bischoff Textil AG für Hoinfo-Textil entschieden. Einfach war die Entscheidungsfindung nicht, denn die damals im Einsatz

stehende Individuallösung, die regelmässig weiterentwickelt wurde, deckte schon viele Anforderungen ab. Besonders in stickereispezifischen Abläufen war sie genau auf die Bedürfnisse des Unternehmens zugeschnitten. In etlichen Bereichen war die Individuallösung allerdings nicht mehr erweiterbar und ein Redesign wäre nötig geworden. Die Messlatte für eine neue Lösung lag hoch.

Folgende Argumente für den positiven Entscheid waren ausschlaggebend:

- Eine grosse Anzahl von Textil-Funktionalitäten sind im Standardpaket vorhanden.
- Hohe Flexibilität erfolgt durch weitreichende Parametrisierungsmöglichkeiten.
- Aufbau eines neuen Stickereimoduls als Standardlösung war möglich.
- Hoinfo ist eine stabile und in der Textilindustrie bewährte Informatiklösung.
- Gute Referenzankünfte resultieren über die Software und B+L Consulting.
- Positiver Referenzbesuch erfolgt bei einem Hoinfo-Kunden.

## Der IT-Partner

Mit B+L Consulting konnte man auf einen Partner zählen, der über eine grosse Projekterfahrung in der Textilbranche verfügt. Der verantwortliche Projektleiter, die im Projekt vorgesehenen Programmierer und das Schulungspersonal waren zudem Mitarbeiter mit grossem Textil-Know-how.

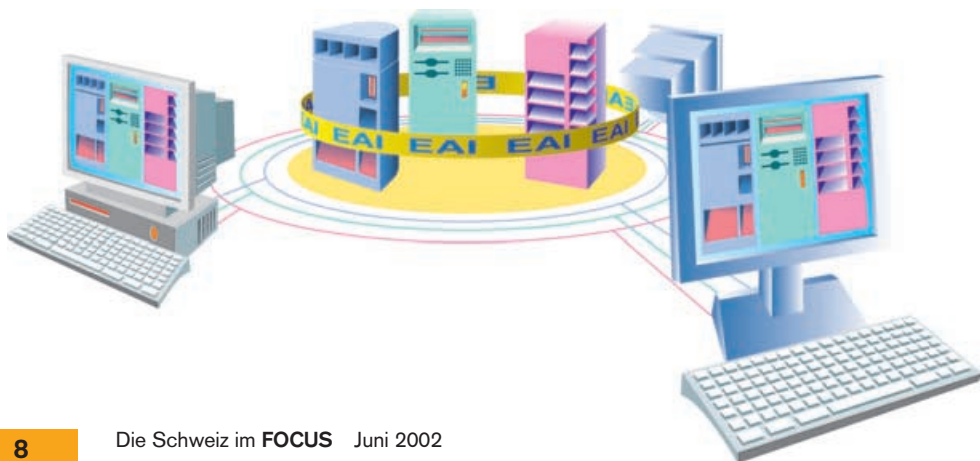
## Die Projektziele

Aufgrund der im Einsatz stehenden umfangreichen Individuallösung und der darin vorhandenen Funktionalitäten musste die neue Lösung fähig sein, weitere Prozesse und Abläufe im Unternehmen abzubilden. Im Zentrum standen insbesondere die verschiedenen Verkaufsabteilungen, die zu diesem Zeitpunkt geplante AVOR, die Materialwirtschaft (Bedarfsberechnung), das PPS und die Erweiterung respektive die Integration der Design-Stammdaten und -Bilder. Verschiedene Kalkulationsvarianten sollten abgebildet werden. Die Mandanten- und Mehrsprachenfähigkeit der Software sollte für den Einsatz in verschiedenen Tochter- und Joint-Venture-Unternehmen genutzt werden.

Das neue Stickereipaket sollte im Hoinfo-Standardteil realisiert werden können, um so die Abhängigkeit von eigenen EDV-Programmierern und die Unterhaltskosten für das ERP-System zu reduzieren.

## Die Herausforderung

Im Zentrum der Neueinführung stand der Aufbau und die Integration der AVOR-Abteilung, die sämtliche AVOR- und PPS-Aufgaben übernehmen sollte. Es war insbesondere dieser Bereich, der alle Projektbeteiligten forderte. Die Stickerei als Produkt ist nämlich äusserst komplex und in den verschiedensten



Ausprägungen vorzufinden. Die Lösung musste alle möglichen Produktionsvarianten abdecken können: die Kombination aller möglichen Garnqualitäten und -Farben mit diversen Stoffqualitäten und -Farben auf Dessins in verschiedenen Grössenrapporten, einer Vielzahl von Ausrüstungsvarianten und unterschiedliche Aufmachungsarten. Als wäre dies nicht schon genug, durchläuft eine Stickerei im Produktionsprozess verschiedene Stadien: Vor und während dem Stickern redet man von Coupons (Stoffstücke über die ganze Breite), nach dem Stickern von Streifen (Stickerei auf den Coupons) und nach dem Ausrüsten von Stücken, Paar, Meter, etc.

#### **Das Resultat**

Mit Hoinfo verfügt Bischoff Textil AG heute über eine umfassende ERP-Lösung für die Stickereibranche. Sämtliche Module wurden den Bedürfnissen der Industrie angepasst. Eine grosse Anzahl stickereispezifischer Funktionalitäten wurden

im Einkauf, Verkauf, AVOR/PPS und Ausrüstung realisiert. Die Lösung unterstützt alle Produktionsprozesse des Unternehmens von der Beschaffung des Rohmaterials bis zur Auslieferung des Fertigproduktes – sozusagen „massgeschneidert“ inklusive der Stickereikalkulation. Besonders hervorzuheben ist dabei, dass alle Anforderungen im Standardpaket realisiert werden konnten. Für den Kunden heisst diese Lösungsform, eine hundertprozentig releasefähige Lösung im Einsatz zu haben und von der Garantie einer umfassenden Wartung profitieren zu können.

#### **Die Highlights**

Das Stickereimodul, wie es sich heute präsentiert, geizt auch nicht mit stickereispezifischen Sonderfunktionalitäten. Dazu zählen u. a. die umfassende Stammdatenverwaltung mit Exklusivitätsprüfung für Dessins, einer automatischen Koloritgenerierung mit Plausibilitätsprüfung, der automatischen Strei-

fenverteilung auf Coupons, einer kompletten Stickereikalkulation, der Ausrüstverwaltung und Stickereiabrechnung.

#### **Das Tochterunternehmen und das Joint-Venture in Thailand**

Nach der erfolgreichen Einführung bei Bischoff Textil AG, St. Gallen, wurde in einer ersten Phase die Lösung beim thailändischen Tochterunternehmen, Bischoff Trading, erfolgreich eingeführt. In einer zweiten Phase soll nun auch der Joint-Venture-Produktionsbetrieb Bischoff Gamma integriert werden, so dass die zwei örtlich voneinander getrennten Betriebe durch Hoinfo-Textil vernetzt sind.

*B+L Consulting*  
CH 9014 St. Gallen  
☎ (+41) 71/2745767  
🌐 [www.blconsulting.ch](http://www.blconsulting.ch)

Anzeige

## BT Ignite gewinnt Mindpearl

Das Unternehmen hat mit Mindpearl, den ehemaligen Qualiflyer Customer Care Centers, einen Vertrag in der Höhe von fünf Millionen Euro und einer Laufzeit von zwei Jahren unterzeichnet. Im Rahmen der Vereinbarung wird BT Ignite Schweiz für Mindpearl ein globales Callcenter-Netzwerk entwickeln und unterhalten. Das Schweizer Unternehmen überzeugte bei der Ausschreibung gegen fünf weitere Anbieter. Den Ausschlag, künftig auf BT Ignite Schweiz zu setzen, gaben die langjährige Erfahrung im Bereich virtueller Netzwerke globaler Grössenordnung, die profunden Kenntnisse des Mindpearl-Netzwerks sowie das Verständnis für spezifische Bedürfnisse und Anforderungen. Fabiano Chies, Country Manager von BT Ignite Schweiz, sieht den Grund für den Erfolg darüber hinaus in der konsequenten Kundenorientierung seines Teams und einer Kombination von innovativen Lösungen. Der Vertrag zwischen Mindpearl und BT Ignite, der die Entwicklung des globalen Netzwerks für die Callcenters sowie dessen Support umfasst, wurde in Höhe von fünf Millionen Euro sowie mit einer Laufzeit von zwei Jahren abgeschlossen. Die Bedürfnisse von Mindpearl gehen dabei weit über eine standardmässige Lösung für ein- und ausgehende Anrufe (Inbound/Outbound) hinaus: BT Ignite Schweiz bietet dem Unternehmen einen Service an, mit dem eingehende Anrufe aus weltweit über 30 Ländern zentral gesammelt werden können. Das zentrale Callcenter von Mindpearl wird in London ansässig sein. Über die integrierte Outbound-Sprachplattform von BT Ignite werden zusätzlich bestimmte Anrufe an Callcenter in Spanien, Australien und Südafrika weitergeleitet. Für Mindpearl hat diese Lösung eine Vielzahl von Vorteilen: Das Unternehmen ist künftig in der Lage, seine Callcenter-Agenten rund um den Globus effizient und kosteneffektiv auszulasten. Dabei lässt sich eine grosse Zahl von Anrufen zu attraktiven

Fixkosten weltweit weiterleiten. Und durch die ideale Dimensionierung von Anschlüssen und Endverbindungen kann der internationale Administrationsverkehr ohne Zusatzkosten befördert werden. Wayne Livesey, Senior Manager IT Procurement bei Mindpearl, sieht der Zusammenarbeit mit BT Ignite Schweiz positiv entgegen: „Wir freuen uns darauf, mit Leuten zu arbeiten, die ein tiefes Verständnis für unser Geschäft haben. Mit ihnen können wir anstehende Probleme offen diskutieren und gemeinsam die optimale Lösung für unser Unternehmen finden.“

BT Ignite GmbH & Co.  
D-80687 München  
☎ (+49) 089/26 00-55 60  
🌐 www.btignite.de

## Intentia 2001 mit Rekordergebnis

In einem allgemein schwierigen Marktumfeld hat der Collaboration-Anbieter Intentia Switzerland AG sein bestes Jahr aller Zeiten abgeschlossen. Der Gesamtumsatz stieg 2001 im Vergleich zum Vorjahr um 31 Prozent auf 32,7 Mio. CHF an (2000: 25,1 Mio. CHF). Intentias Rekordumsatz besteht zu 65 Prozent aus Consulting (Wachstum gegenüber 2001: +46 Prozent) und zu 35 Prozent aus Lizenzeneinnahmen (+23 Prozent). Der Operating Margin der Intentia Switzerland AG betrug zudem 15 Prozent. Neben dem Technologievorsprung findet der Geschäftsführer von Intentia, Hugo Sturzenegger, die Gründe für den Erfolg im antizyklischen Trend, welcher in der Wirtschaft erkennbar ist: „Wir sind uns bewusst, dass wir auch mit bestmöglicher Technologie und optimalen Serviceleistungen davon abhängig sind, ob sich in den Unternehmen das Bewusstsein durchsetzt, gerade in so genannten schwierigen Zeiten zu investieren, um die eigene Konkurrenzfähigkeit zu gewährleisten und gegenüber Konkurrenten, welche auf die Investitionsbremse steigen,

auszubauen. Denn nur wer in die Zukunft investiert, hat auch eine Zukunft. Wir dürfen uns glücklich schätzen, dass eine vermehrte Anzahl von Unternehmen diesen Sinneswandel vollzogen und den Sinn der richtigen Investitionen erkannt haben. Letztendlich werden sich jene Unternehmen in ihren Märkten durchsetzen, welche durch diese Investitionen Ihre Geschäftsabläufe effizienter gestalten und somit an Qualität zulegen – sowie Zeitaufwand und Kosten ihrer Prozesse reduzieren konnten. Um in der Zukunft bestehen zu können, gehört natürlich auch die Bereitschaft, in neue Bereiche wie e-Business und e-Collaboration zu investieren.“ Rekordergebnis für Intentia weltweit. Auch weltweit verbuchte Intentia Rekordumsätze im Jahr 2001. So stieg der Gesamtumsatz um 24 Prozent auf 656 Mio. CHF. Im Bereich Lizenzen wurde eine Steigerung von 20 Prozent auf umgerechnet 196,2 Mio. CHF erreicht. 31 Prozent betrug das Wachstum sogar im Geschäftsbereich Consulting mit 458,8 Mio. CHF.

Intentia Switzerland AG  
CH-6303 Zug  
☎ (+41) 041/7486868  
🌐 www.intentia.ch

## Dachser vernetzt die Schweiz

Der international tätige Logistikdienstleister Dachser investiert in ein eigenes nationales System für Stückgutverkehre in der Schweiz. Durch den Aufbau zukunftsweisender Infrastrukturen mit dezentralen Plattformen, die durch Shuttleverkehre verbunden sind, knüpft das Unternehmen in der Schweiz ein flächendeckendes Netzwerk mit Stützpunkten an bedeutenden Wirtschaftsstandorten – wie Basel, Zürich und Lausanne sowie mittelfristig im Tessin und in der Ostschweiz. Bislang trat der Logistikdienstleister, der in der Schweiz seit fast 40 Jahren durch die Dachser Spedition AG vertreten ist, vornehmlich als Spezialist für europäi-

sche Import- und Export-Stückgutverkehre auf. Am 1. März 2002 ging das nationale Stückgutnetzwerk an den Dachser Standorten Dübendorf (bei Zürich), Birsfelden, Nyon, St. Margrethen und Kreuzlingen in den Echtbetrieb. Zukünftig wird der Logistikdienstleister auch in die Lagerlogistik einsteigen und weiterhin deutlich in Personal sowie Fuhrpark investieren. Noch in der ersten Jahreshälfte wird der Logistikdienstleister eine weitere Innovation in der Schweiz einführen: das bereits auf der Basler Logistikmesse L01 vorgestellte Active Report, ein Qualitätssicherungssystem, das alle Abweichungen vom definierten logistischen Sendungsverlauf erkennt und in Echtzeit alle am Warenfluss Beteiligten informiert. Dadurch können diese rechtzeitig Massnahmen für einen reibungslosen Warenfluss initiieren. Ein Service mit Zukunft sind die entwickelten eLogistics-Anwendungen, die den physischen Warenverkehr im Internet abbilden und somit Transparenz für alle

an der Wertschöpfungskette Beteiligten schaffen. Hierzu gehören: Transport Order (Auftragserteilung), Freight Quotation (zeit-, orts und arbeitsplatz-unabhängige Ermittlung von Frachtpreisen), Shipment Pointer (Zugriff auf den Sendungsstatus), Shipment Control (vollkommener Überblick über alle Sendungen, passwortgeschützt) und später Warehouse Control (vollständiger Einblick in Geschäftsprozesse und Bestände am Lager).

Dachser GmbH & Co. KG  
D-87439 Kempten  
☎ (+49) 0831/5916-0  
🌐 [www.dachser.com](http://www.dachser.com)

## Management kauft SLI von Sybase

Das Management hat am 24. April 2002 die SLI Consulting AG und deren Tochter, die SLI Systemhaus AG, von Sybase übernommen. Zu den neuen

Gesellschaftern gehört neben CEO Norbert Welti ein Team von fünf langjährigen Mitarbeitern. Als unabhängiges und eigenständiges SAP-Beratungshaus konzentriert sich das Unternehmen wieder ausschliesslich auf das SAP-Produktportfolio. In den fokussierten Branchen Handel, Konsumgüter, Chemie/Pharma und High Tech werden die Kernkompetenzen weiter ausgebaut. Verstärkt vorangetrieben werden vor allem auch die unternehmensübergreifenden Prozesse für die Integration von Kunden, Lieferanten und Mitarbeitern. Dazu werden die Bereiche SAP Enterprise Portals, BI, CRM, Supply Chain-Management und Product Life Cycle-Management kräftig erweitert.

SLI Consulting (Europe) AG  
CH-8500 Frauenfeld  
☎ (+41) 052/7280628  
🌐 [www.sliconsulting.ch](http://www.sliconsulting.ch)

Anzeige