



Gefördert durch das

**Bundesministerium
für Wirtschaft
und Technologie**



**Netzwerk Elektronischer
Geschäftsverkehr**



Femme digitale

Erfolg ist ein guter Lehrmeister

Professionelle IT-Lösungen aus dem Handwerk

www.ec-net.de/femme-digitale

Inhalt

Vorwort	3
Einleitung	3
I Kundengewinnung – Kundenbindung	
„La Porsche de Koblenz“	
Canyon Bicycles GmbH, Koblenz, Rheinland-Pfalz	4
„Die Wunschfrisur „online“ – ein sehr kopflastiges Thema“	
Doris Fuchs – Art of Hair, Trier, Rheinland-Pfalz	6
„Feng-Shui mit 4.000 Tonnen Stahl?“	
Industriebau Gerhard Rieder GmbH, Wittlich, Rheinland-Pfalz	8
„Der Kunde ist König – durch CRM“	
aacurat gmbh, Hüttlingen, Baden-Württemberg	10
„Fachkompetenz authentisch online dargestellt“	
Umwelt- und Energietechnik Mike Lorenz, Gründau-Mittelgründau, Hessen	12
II Betriebliche Anwendungssoftware	
„Individuelle Stärke von Mitarbeitern und Unternehmen erkennen“	
Tischlerei Gebrüder Bernd und Christian Goer GbR, Waltrop, Nordrhein-Westfalen	14
„Existenzgründung – Lieber Baustelle als Büro“	
Malerbetrieb Michael Pyszny, Dorstein, Nordrhein-Westfalen	16
III IT- und Informationssicherheit	
„Der Spion im eigenen Unternehmen – Vom sicheren Umgang mit Daten“	
GRÄFE Holztreppebau, Brettnig-Hauswalde, Sachsen	18
„Nützliche Tipps rund ums E-Business“	
3 Schritte ins E-Business	20
Wie finde ich die geeignete Software für mein Unternehmen?	20
Wie verbessere ich mein Google Ranking?	21
Sechs Mythen über Internetsicherheit	21
Ratschläge zur Installation Ihrer IT-Sicherheitslösung	22
IV Anhang	
Das Netzwerk Elektronischer Geschäftsverkehr	23

Vorwort



Im Handwerk tragen Frauen entscheidend zum wirtschaftlichen Erfolg der bundesweit über 860.000 kleinen und mittleren Betriebe bei. Frauen sind im Handwerk tätig als selbstständige Betriebsinhaberinnen, Unternehmerfrauen, Gesellinnen oder Auszubildende. Über 75% aller Handwerksunternehmen in Deutschland sind Familienbetriebe. Die Ehefrauen, Töchter oder Schwiegertöchter sind faktisch bei den meisten Betrieben als „Mit-Chefin“ beteiligt, indem sie in vielfältiger Form Führungs- und Managementaufgaben, insbesondere im administrativen Bereich, übernehmen.

Aus diesem Grund ist es das ausgewiesene Ziel des Bundesverbandes „Unternehmerfrauen im Handwerk (UFH)“, Wissen zu vermitteln und die Entwicklung des Führungspotentials der Frauen durch konkrete Weiterbildungsmaßnahmen zu begleiten. Das Projekt „Femme digitale“ liefert hier einen besonderen Beitrag. Häufig wird im Tagesgeschäft der Entscheidung über den IT-Einsatz nicht die größte Bedeutung beigemessen. Dabei wird allerdings übersehen, dass moderne Software-Lösungen viele Arbeitsschritte erleichtern und eine gute Internetpräsenz nicht nur dazu beitragen kann, neue Kunden zu gewinnen, sondern auch „alte“ Kunden zu binden.

Ursula Jachnik

1. Vorsitzende des Bundesverbandes der Unternehmerfrauen im Handwerk e.V. (UFH)

Berlin, im Dezember 2008

Einleitung

Unternehmen, die sich langfristig erfolgreich im Wettbewerb behaupten wollen, müssen effizient arbeiten und organisatorisch gut aufgestellt sein. Hier bieten die vielfältigen Möglichkeiten des elektronischen Geschäftsverkehrs hervorragende Ansatzpunkte. Soviel zur Theorie. In der Praxis bleibt im Alltagsgeschäft für solche Überlegungen kaum Zeit. So werden Routinearbeiten, zum Beispiel das Erstellen von Rechnungen und Mahnungen, weiterhin in den altbekannten aufwändigen Tabellen geführt. Und eine professionelle Internetseite ist zwar im Gespräch – bleibt aber über Jahre ein unerledigter Punkt auf der To-Do-Liste.

Deshalb gibt es das Projekt „Femme digitale“, das vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie im Rahmen des Netzwerks Elektronischer Geschäftsverkehrs (NEG) durchgeführt wird und mit dem Zentralverband des deutschen Handwerks e.V. (ZDH) und dem Bundesverband der Unternehmerfrauen im Handwerk e.V. (UFH) kooperiert. Das Projekt will Unternehmerfrauen und Unternehmerinnen im Handwerk darin unterstützen, die PC-Nutzung zu optimieren und das eigene Unternehmen gut im Internet zu präsentieren.

Mit der vorliegenden Best-Practice-Broschüre werden pfiffige Internet- und Softwarelösungen von deutschen Handwerksbetrieben aus ganz unterschiedlichen Branchen und Gewerken vorgestellt. Gemeinsam ist allen Beispielen, dass durch den Einsatz moderner IT-Lösungen die Leistungs- und Wettbewerbsfähigkeit des eigenen Unternehmens gesteigert werden konnte.

„La Porsche de Koblenz“¹⁾ Canyon Bicycles GmbH, Koblenz, Rheinland-Pfalz

Die Website der Koblenzer Zweiradschmiede passt in keine E-Business Schublade: Handwerksbetrieb oder E-Shop, Imageseite oder Galerie, Konfigurator oder Produktinfo? Hier gibt es alles auf einmal? Dazu eine Probefahrt nach Ladenschluss? Na klar, warum nicht gleich online?

Fahrräder aus Koblenz sind Kult. In über 30 Ländern der Erde hat Canyon Bicycles GmbH seine Kunden und rennt von einem Testsieg zum nächsten. Canyon setzt auf Qualität, Anmutung und Kundenservice und in Zusammenarbeit mit der Internetagentur wurde eine Website erarbeitet, die das online wiedergeben kann.

Die Canyonseite macht Lust auf Radsport und bietet dem Endkunden ein Höchstmaß an Übersichtlichkeit und Beratungskompetenz. Bereits auf der Startseite kann man die vielfältigen Angebote überblicken und sich über neueste Trends informieren. Neben dem Verkauf von Rennrädern, Mountainbikes und Triathlonbikes werden Zubehör und Bekleidung angeboten. Ein eigener Outletstore, der ständig aktualisiert wird, spricht zudem auch die Bedürfnisse der Schnäppchenjäger an.

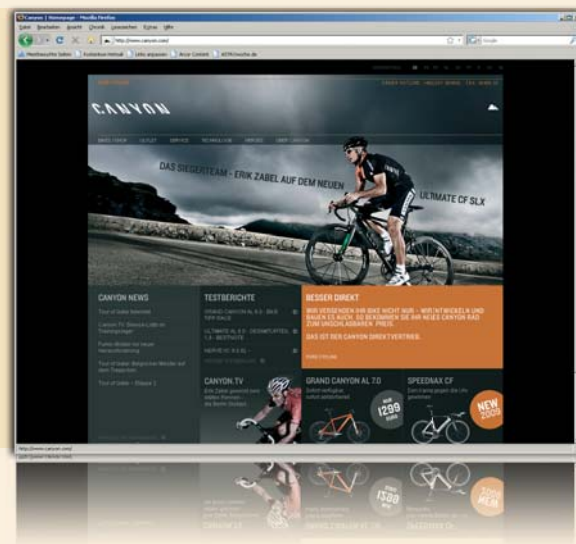
Zur E-Business Lösung:

Die Website von Canyon ist kein beleuchteter Prospekt...

... sie ist der wichtigste Absatzkanal des Unternehmens. Deswegen muss die Seite sich auch richtig gut verkaufen. Das Reporting Centre der Website liefert daher alle wichtigen Statistiken und Daten zu den Umsätzen und hilft dabei, auf die individuellen Bedürfnisse des Radfahrers zu reagieren.

Kundenwünsche leitet Canyon aber nicht aus statistischen Daten von Händlern ab. Produktion und der Vertrieb liegen direkt beim Hersteller. Von der ersten Idee bis zur Endmontage liefert die Koblenzer Manufaktur Bike Know-how aus erster Hand. Die Mitarbeiter können sagen, wann die nächste Inspektion fällig ist und welches Ersatzteil für das Rad des Kunden benötigt wird.

Radfahren kann das CMS von Canyon nicht, sonst aber eigentlich alles



Für Canyon ist die Website aber Überlebenselixier und wird zur Verkaufsplattform Nr. 1; verkauft wird ausschließlich online im Direktvertrieb und in alle Welt. Deswegen gilt es, die anspruchsvolle Zielgruppe der Radsportbegeisterten im Web mit allen wichtigen Informationen zu versorgen, ohne die Seite zu überfrachten.

Das Content Management System (CMS) steuert die Inhalte und Angebote in 10 Sprachversionen. Der Aktualisierungsbedarf bei Canyon ist hoch. Sämtliche Informationen müssen im E-Shop jederzeit abrufbar sein, da der Zweiradhersteller Angebote und Service permanent verbessern und erweitern möchte.

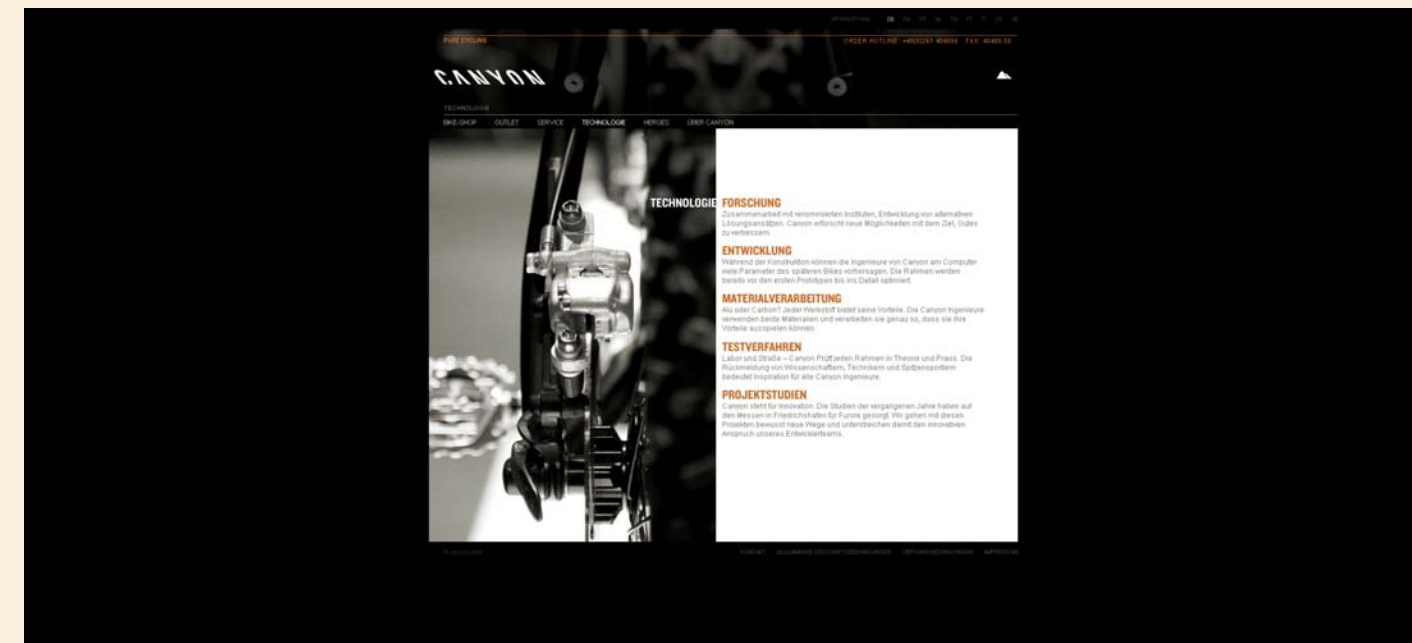
...XML bedeutet übersetzt: weniger Arbeit:

Die Steuerung der Inhalte im E-Shop geht über die Funktionen eines klassischen Shopsystems weit hinaus. Über eine XML Schnittstelle wird gewährleistet, dass sämtliche Daten der aktiven Produkte auch im Fahrradkonfigurator zur Verfügung stehen. Beispiel: Der Redakteur legt einen neuen Artikel an, ein Mountainbike. Er gibt dabei auch ein, für welchen Fahrertyp und welche Einsatzgebiete sich das Modell eignet.

Das Serviceangebot – Probefahrt Online

Das umfangreiche Serviceangebot enthält Newsletter, Kataloge, Studien, Testberichte und seinen eigenen Finanzierungsservice. Eigentliches Highlight aber sind das Perfect Positioning System und der Bikefinder. Der Kunde bekommt hier eine Probefahrt bereits online. Mit der Eingabe seiner Körpermaße und der richtigen Sitzposition kann er sich sein individuelles und perfektes Rad konfigurieren und anschließend nach Einstellung der Sitzposition auch virtuell „Probefahren“. Nach Eingabe des eigenen Anforderungsprofils mit Preisvorstellung und Einsatzgebiet werden die Modelle empfohlen. Die horizontale Anordnung der Menüpunkte, Animationen und der Bikevergleich verschaffen einen guten Überblick über die Produktpalette.

Hat sich der Besucher ausreichend informiert und für den Kauf entschieden, wird der Einkauf durch einen übersichtlichen Warenkorb und seine Vielfalt an Zahlungsmöglichkeiten vereinfacht.



Fakten:

Gründung: 1985
Mitarbeiter: 150
Kernmarkt: Europa
Lösung: CMS und Shoplösung von wysiwyg* Software Design GmbH*
Produkte: Mountainbikes, Rennräder, Triathlonräder, Outdoorbekleidung, Komponenten

Das Unternehmen Canyon Bicycles GmbH

Bereits 1985 wurde die Firma unter dem Namen „Radsport Arnold GmbH“ gegründet, vorerst lediglich als Fachhandel für den Radsport. Erst 1997 begann die Entwicklung der ersten eigenen Räder unter der Marke Canyon, bis letztlich im Jahre 2001 die Entscheidung getroffen wurde, vom Fachhändler zum reinen Fahrradhersteller zu wechseln und sich heute in Canyon Bicycles GmbH umzubenennen.

Canyon Räder gehören im Bereich Rennradsport und Mountainbikes technisch zu den fortschrittlichen Produkten auf dem Markt. Canyon Bicycles GmbH fördert zudem mit „Canyon Young Heroes“ junge Talente, die mit Equipment und Zubehör sowie einer eigenen Website ausgestattet werden.

Kontakt:

Canyon Bicycles GmbH
Karl-Tesche-Straße 12
56073 Koblenz
www.canyon.com
Geschäftsführer: Roman Arnold

¹⁾ LACHETEUR CYCLISTE (France) 06/2006

„Die Wunschfrisur „online“ – ein sehr kopflastiges Thema“

Doris Fuchs – Art of Hair, Trier, Rheinland-Pfalz



Es gibt einige Berufszweige, die kann kein noch so guter Computer ersetzen. Dazu gehört beispielsweise der Friseur. Aber der Online-Zugang bietet die Möglichkeit, sich bereits vor dem Gang zum Hairstylisten über aktuelle Trendfrisuren oder Pflegeprodukte zu informieren.

Seit 1991 betreibt Doris Fuchs ihren Friseursalon in der Trierer Innenstadt. Mit ihrer aufwändig gestalteten Internetpräsenz wurde das Friseurunternehmen 2007 mit dem KLICK Website Award des Landes Rheinland-Pfalz prämiert. Das Art of Hair nicht nur eine Handwerksleistung verkauft, sondern großen Wert auf die Verbindung von Stil und Persönlichkeit legt, wird bereits durch das individuelle und umfangreiche Angebot der Internetpräsenz deutlich.

Zur E-Business Lösung:
„Vorher-Nachher-Look“

Die Website präsentiert eigene Trendfrisuren im Vorher-Nachher-Look und macht somit die individuelle Veränderung für jedermann zugänglich. Neben den „Basic Cuts“ bietet das Friseurunternehmen spezielle Services in Sachen Haarverlängerung und Farbveränderung an. Die Stylisten werden mit hervorragenden Fotos via Internet persönlich vorgestellt, was Neukunden bereits ein Gefühl von Vertrauen vermittelt. Verstärkt wird dies durch kurze

Spots, die die Stylisten bei der Arbeit zeigen. Aber auch Frisurenbeispiele werden im „Vorher-Nachher-Look“ präsentiert und machen den Friseurbesuch im Internet zu einem virtuellen Erlebnis. Die Internetpräsenz glänzt mit professionellen Aufnahmen und setzt auf eine persönliche Bildsprache. Die ansprechende Farbgebung auf den Seiten findet sich auch im Corporate Design des Ladengeschäfts wieder. Einrichtung und Flyer präsentieren sich im einheitlichen Design von „Art of Hair“ und vermitteln dadurch Professionalität.

Doris Fuchs hat es mit ihrer Internetseite geschafft, dass auch potentielle Neukunden das Ladengeschäft in den Suchmaschinen wiederfinden. Durch den lokalen Brancheneintrag, passende Keyword-Auswahl im Seitenquelltext und clevere Verlinkungen mit Unternehmen in der Region Trier, findet man „Art of Hair“ unter den Suchbegriffen: „Friseur - Trier“ auf den Top Rängen.

„Gezielt informiert in unseren Salon“

Das reichhaltige Angebot an Pflege- und Stylingprodukten rundet das Angebot ab. Der Kunde erhält bereits im Vorfeld des Friseurbesuchs detaillierte Beschreibungen einer Vielzahl von Produkten. Sortiert nach Haartypen, wird eine individuelle Beratung geboten, noch bevor der Salon betreten wird. Auf diese Weise kann das Internet auch im Friseurhandwerk von Nutzen sein.

Dazu Doris Fuchs, Inhaberin von Art of Hair: „Wir wollten mit unserer Seite einen Vorgeschmack auf unsere Vielzahl an Kompetenzen geben. Der Kunde erhält bei uns eine individuelle Leistung, die vorrangig auf Vertrauen basiert. Dieses Vertrauen wollen wir mit unseren Internetseiten vermitteln und ihnen den ersten Schritt in den Salon erleichtern. Durch das persönliche Gespräch mit unseren Kunden haben wir dann nicht nur gemerkt, dass die Seite angenommen wird, sondern dass wir potentielle Neukunden über das Internet gewinnen konnten.“

Das Unternehmen Doris Fuchs – ART OF HAIR

Das kompetente und freundliche Team des Art of Hair um Doris Fuchs macht den Friseurbesuch seit 1991 nicht nur im Internet zu einem Erlebnis. Neben Standardprodukten hat sich das Team auch auf Haarverlängerungen spezialisiert.



Fakten:

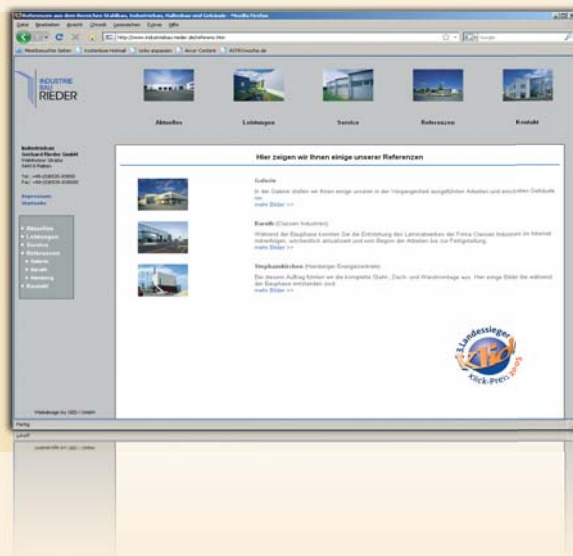
Gründung: 1991
Mitarbeiter: 11
Branche: Friseurhandwerk
Lösung: Programmierung in Flash
Produkte/Dienstleistung: Stylingprodukte, Haarschnitte, Haarverlängerungen, Verkauf von Pflege- und Stylingprodukten

Kontakt:

Doris Fuchs – ART OF HAIR
Nagelstraße 22
54290 Trier
www.doris-fuchs-friseur.de

„Feng-Shui mit 4.000 Tonnen Stahl?“ Industriebau Gerhard Rieder GmbH, Wittlich, Rhein- land-Pfalz

Webkonfiguratoren finden mittlerweile nicht mehr nur in großen Unternehmen Anwendung. Konnten Nutzer bisher Autos konfigurieren oder sich den passenden KFZ-Versicherungstarif online zusammenstellen, kommen Online-Konfigurationsmöglichkeiten vermehrt auch in kleinen- und mittelständischen Unternehmen zum Einsatz. Ob Fahrräder, PCs oder Carports, die Möglichkeiten sind schier unbegrenzt. Aber eine ganze Industriehalle online gestalten ist normalerweise die Aufgabe des Architekten. Doch genau diesen Service ermöglicht das Online-Angebot der Industriebau Rieder GmbH.



Der Kunde ist sein eigener Ingenieur

Herzstück der Internetseite ist der Online-Konfigurator, mit dem der Nutzer der Seite seine Halle virtuell nach eigenen Vorstellungen gestaltet und sich anschließend die Kalkulation ausdrucken kann. So kann der Kunde zum eigenen Architekten werden und seine Gestaltungsideen mit einbringen. Längenmaße, die Anzahl der Fenster, Türen und Tore gibt der Kunden nach seinen Wünschen ein. Vorbildlich – denn dadurch kann der Kunde selbst seine Planung jederzeit seinen individuellen Wünschen und Budgetvorgaben anpassen.

Individualität und Flexibilität werden groß geschrieben – so bietet die Industriebau Rieder GmbH nicht nur Kompletthallen an, sondern fertigt u.a. Kantbleche auch nach den Maßvorgaben des Kunden an. Mit dem Online-Formular kann der Kunde seine individuellen Anforderungen wie mm-Stärke und Anzahl der Kantungen eingeben und binnen 2-3 Tagen nach Maß anfertigen lassen.

Mit Softwarelösung zum Website Award

Die Idee der Neugestaltung der Internetpräsenz entstand im gemeinsamen Gespräch des Geschäftsführers Gerhard Rieder mit dem Internetdienstleister. „Einen Mehrwert für den Kunden schaffen“, war dabei erstes Ziel von Gerhard Rieder – so entstand als Herzstück des Webauftritts das Online-Kalkulationsmodul, 2005 in Rheinland-Pfalz mit dem Klick Website Award prämiert wurde. Ausschlaggebend für die Jury waren sowohl das ausgewogene

und klare Design sowie die detaillierten und gut strukturierten Informationen. Die Konfigurationsmöglichkeit wurde aber als absolutes Highlight herausgestellt.

Innovation führt zu Kundenzufriedenheit

Industriebau Rieder GmbH ist es besonders wichtig, durch ständig aktuelle Informationen zum Unternehmen und seinen Produkten, die Kundenzufriedenheit zu erhöhen. Neu- und Bestandskunden erhalten zeitnah sämtliche allgemeine und technischen Informationen. Ihnen wird zudem die Möglichkeit geboten, Bestellvorgänge im Bereich der Kantbleche online zu bearbeiten. Die Kompetenz des Unternehmens spiegelt sich in den Referenzprojekten wieder, die das Unternehmen in seiner „Galerie“ veröffentlicht. Dass die Kunden die Online-Präsenz annehmen, merkt das Unternehmen an den nachhaltig gestiegenen Umsätzen. Und das zahlt sich aus – lagen die Kosten für die Umsetzung des Internetauftritts doch bei ca. 25.000 EUR.

Die besondere Leistung der Industriebau Rieder GmbH liegt nicht nur in der Produkterstellung, sondern in großer Flexibilität, Kundennähe, sauberer termingerechter Ausführung und Umsetzung des für den Kunden optimalen Ergebnisses. „Imagebroschüren und Kampagnen sind oft kostspielig. Außerdem informieren sich die Entscheider in un-

serem Segment vor allem online und schließen Kontakte zu Geschäftspartnern fast ausschließlich über das Internet. Wir haben deshalb darauf geachtet, eine Imageseite zu schaffen und gleichzeitig mit dem Konfigurator die Kosten der Informationsgewinnung so gering wie nötig zu halten. Unser Unternehmen ist nun auf dem Markt sichtbar und aufgrund der Kosteneinsparungen konnte der Gewinn gesteigert werden.“

Gerhard Rieder, Geschäftsführer der Industriebau Gerhard Rieder GmbH

und kompetente Baubegleitung von der Beratung bis zur Übergabe. Die Industriebau Gerhard Rieder GmbH vereint gute Qualität, mit hohen Designansprüchen und gehört damit zu den führenden Unternehmen in Deutschland.

Beratung, Planung, Fertigung und Montage kommen bei Rieder Stahlbau aus einer Hand. Bei hoher Qualität wird so termin- und zusagetreu ein für den Kunden optimales Ergebnis erzielt.

Das Unternehmen Industriebau Gerhard Rieder GmbH

Aus dem von Gerhard Rieder 1984 gegründeten Planungsbüro für Bauleitung hat sich bis heute ein innovativer Betrieb auf 3.500 qm Produktions- und Bürofläche entwickelt, dessen Kernkompetenzen im Bereich des Industrie- und Hallenbaus liegen. Dabei besticht das Unternehmen durch eine umfassende



Fakten:

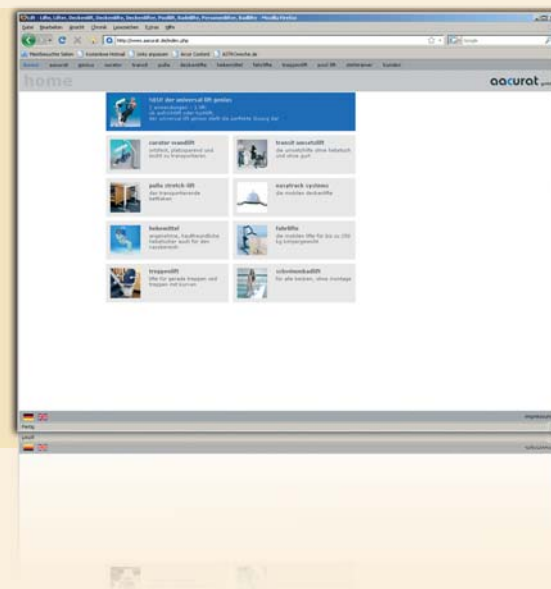
Gründung: 1984
Mitarbeiter: 28
Branche: Industrie- und Hallenbauten
Lösung: PHP Programmierung/Einbindung in Flash
Kernmarkt: Deutschland, Schweiz, Polen, Frankreich
Produkte: Industrie- und Hallenbau, Stahlskelettbau, Tribünenbau, Rohrbrücken, Dachkonstruktionen, Stützgerüste, Verkleidungen in (Kant-)Blech, Edelstahl, Sanierung & Wartung

Kontakt:

Industriebau Gerhard Rieder GmbH
Wahlholzer Straße
54818 Platten

www.industriebau-rieder.de

„Der Kunde ist König – durch CRM“ aacurat gmbh, Hüttlingen, Baden-Württemberg



Gegründet im Jahr 2001 hat sich die Firma aacurat gmbh 2004 mit einer Unternehmensgröße von damals 4 Mitarbeitern für die Einführung eines professionellen Kundenbeziehungsmanagementsystems (CRM) entschieden. aacurat steht als Hersteller von Hilfsmitteln für die Alten- und Krankenpflege im direkten Kontakt zu seinen Kunden im Außendienst und ist deshalb auf eine reibungslose und direkte Anbindung an das interne Warenwirtschaftssystem angewiesen.

Um bei der Vielzahl an Kundenbeziehungsmanagementsystemen (CRM) das passende Produkt zu finden, setzt aacurat auf die Unterstützung des Kompetenzzentrum Electronic Commerce Schwaben (KECoS). Im ersten Schritt wurde in gemeinsamer Zusammenarbeit die konkrete Ausgangslage im Unternehmen erhoben, die sich wie folgt darstellt:

Ein Standard-Warenwirtschaftssystem (Lexware) ist vorhanden. Die Kundendaten werden bislang getrennt von Lexware gepflegt. Hierzu wurden unterschiedliche Systeme von der Excel-Tabelle bis hin zu einem einfachen CRM-System bei einem Außendienstmitarbeiter benutzt. Ein Datenabgleich zwischen den einzelnen Systemen fand nicht statt. Die Kommunikation zwischen Außendienst und Mitarbeitern im Unternehmen gestaltete sich dadurch schwierig.

Welche Anpassungen sind bei der Einführung des CRM Systems notwendig?

Im Zuge des Einführungsprojekts wurden insbesondere die Anpassungsleistungen geprüft, die aacurat bei der Einführung des neuen CRM Systems erwarten muss. Dreh- und Angelpunkt ist der Zugriff der Außendienstmitarbeiter auf die internen Firmendaten. Ebenso wichtig war der Datenabgleich zwischen Warenwirtschaft und dem CRM System.

Zur E-Business Lösung:

Durch Gespräche mit dem Geschäftsführer und den Mitarbeitern, die das System einsetzen, wurde ein Katalog erstellt, der die Anforderungen aller beteiligten Mitarbeiter nach „Kann-“ und „Muss-Kriterien“ erfasst. Nach der genauen Erfassung der Anforderungen in einem Lastenheft und Angebotsabgabe durch verschiedene Unternehmen, wurde der passende Dienstleister ausgesucht.

Bei der Auswahl wurde darauf geachtet, dass dieser nachweisbare Erfahrung bei der Erstellung der Schnittstelle zwischen CRM- und Warenwirtschaftssystem hat. Aber auch Faktoren, wie die räumliche Nähe und Referenzen (die auch bei telefonischer Nachfrage bereitwillig Auskunft gaben) spielten eine große Rolle.

In der Umsetzung verursachte vor allem die Bereinigung der Daten zu einer einheitlichen Datenbasis erheblichen Aufwand, um mit dem CRM-System sinnvoll arbeiten zu können. Denn auf Basis doppelt angelegter Firmen oder fehlender Firmenangaben sind keine sinnvollen Aussagen und Auskünfte über den Kunden möglich.

Der Faktor „Mensch“

Der Faktor Mensch ist gerade im Umgang mit dem CRM-System von großer Bedeutung, denn nach erfolgter Installation kommt es vor allem auf den richtigen Umgang mit dem System an. Mitarbeiter müssen die erforderlichen Daten kontinuierlich pflegen. Haben sie Schwierigkeiten oder wissen sie nicht, was sie eingeben sollten, kann das sehr schnell zu der Situation führen, dass Auswertungen auf Basis des Systems falsch sind.



Erfolge: Sämtliche Daten wurden auf ein CRM-System zusammengeführt, so dass keine doppelte Datenhaltung mehr erfolgt. Jeder Außendienstmitarbeiter kann sich in das System am Firmensitz einwählen und die Daten zu der für ihn relevante Kunden abrufen und in eigenen Daten übertragen. Über eine Schnittstelle stehen den Außendienstmitarbeitern die Daten aus dem Warenwirtschaftssystem zur Verfügung. Marketingmaßnahmen können effizienter geplant und gesteuert werden. Alle Mitarbeiter wissen jederzeit, welche Kommunikation mit dem Unternehmen bisher erfolgt ist.

Fazit:

Die systematische Kundenpflege hat eine Schlüsselrolle für den unternehmerischen Erfolg. Betriebe, die ein CRM-System einführen, müssen sich aber auch auf Hürden einstellen, um Fehlinvestitionen zu vermeiden. Probleme können z. B. in folgenden Bereichen entstehen:

- ▶ Verengung auf technische Lösung
- ▶ Fehlende Einbindung der Mitarbeiter
- ▶ Unterschätzen des gesamten Umfangs der Einführung
- ▶ CRM wird nur als Projekt gesehen, nicht als nachhaltige Unternehmensaufgabe
- ▶ Mangelnde CRM-Kultur im Unternehmen

Das Unternehmen aacurat gmbh

Gegründet im Februar 2001, beschäftigt sich die aacurat gmbh mit der Herstellung von Hilfsmitteln für die Alten- und Krankenpflege und vertreibt diese deutschlandweit sowie im angrenzenden Ausland. Sie beliefert Krankenhäuser, Altenheime, Apotheken usw. Zum Vertrieb werden Außendienstmitarbeiter eingesetzt, die im gesamten Bundesgebiet unterwegs sind. Zielsetzung aller Produkte ist die Arbeitserleichterung und körperliche Entlastung für den Pflegenden bei gleichzeitig schonender und weitestgehend schmerzfreier Hilfe.



Fakten:

Mitarbeiter: 8
Kernmarkt: Deutschland, angrenzende Länder in Europa
Branche: Herstellung und Vertrieb medizinischer und orthopädischer Artikel und Laborbedarf
Produkte: Hebemittel, Fahrlifte, Treppenlifte, Schwimmbadlifte, Wandlifte u.a.

Kontakt:

aacurat gmbh
 Gottlieb-Daimler-Str. 9
 D-73460 Hüttlingen

 Geschäftsführer: Helmut Speich

 www.aacurat.de

„Fachkompetenz authentisch online dargestellt“ Umwelt- und Energietechnik Mike Lorenz, Gründau- Mittelgründau, Hessen



„Zeitgemäße Energien für die Zukunft“ – unter diesem Motto werden vom Handwerksbetrieb „Umwelt- und Energietechnik – Mike Lorenz“ aus dem hessischen Gründau, Solaranlagen, Photovoltaikanlagen, Pelletheizungen, Wärmepumpen und Blockheizkraftwerke in ganz Deutschland geplant, montiert und gewartet. Neben der umfangreichen Energieberatung und Wärmebildanalysen werden mit der Möglichkeit, Gebäudeenergieausweise zu beziehen, weitere hochwertige Services angeboten. Ständige Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen in Sachen Regenerativer Energietechnik, der Einsatz von ausschließlich hochwertigen – überwiegend deutschen – Spitzenprodukten, die Präsentation auf Messen und Infoabenden sowie natürlich der professionelle Internetauftritt haben Lorenz und sein Team überregional bekannt gemacht. Dies bestätigen Anlagen in ganz Deutschland, in Spanien und mittlerweile sogar in Ghana.

Zur E-Business-Lösung:

Aufbruch ins Solarzeitalter

Ziel des Internetauftrittes der Firma Umwelt- und Energietechnik Lorenz ist es, einfach, verständlich und vor allem mit vielen Referenz-Beispielen die für jedermann einsetzbare und wirtschaftliche

Umwelttechnik darzustellen. Mit der Website bietet das Unternehmen seinen Kunden und allen am Umweltschutz Interessierten einen Überblick über das Angebot an Energiesparmaßnahmen durch z.B. Solartechnik, Photovoltaik, Pellets, Wärmepumpen oder Blockheizkraftwerke. Die Funktion jedes Energiezweigs wird bebildert und klar verständlich erläutert. Ergänzt werden diese Erklärungen durch die Darbietung umfangreicher Informationen (Broschüren, Datenblätter, Zertifikate) zu den Produkten und zur Wirtschaftlichkeit, z. T. mit eigener Berechnungsmöglichkeit. Abgerundet wird das Informationsangebot durch eine Energieberatung, mit Hinweisen zum Energieausweis für Gebäude sowie Förderungsmöglichkeiten durch EU, Bund, Länder, Gemeinden und Energieversorger.

„Der Titel unserer Startseite *Aufbruch ins Solarzeitalter* ist mehr als eine Überschrift. Er zeigt den Weg in eine saubere Zukunft und eine Technik, die sich für uns heute, aber vor allem für die kommenden Generationen, rechnet. Jeder kann ganz problemlos ausrechnen, ob sich eine Investition in erneuerbare Energien für ihn selbst lohnt. Hierfür stellen wir auf unserer Webseite einen kostenlosen Energiesparplaner zur Verfügung. Gehen Sie den Weg mit – mit uns, Ihrem Fachbetrieb für Regenerative Energietechnik. Wir würden uns freuen, Sie auf unserer Webseite www.energie-lorenz.de begrüßen zu dürfen.“

Mike Lorenz

Inhaber der Firma: Umwelt- und Energietechnik Mike Lorenz

Das Unternehmen

Umwelt- und Energietechnik Mike Lorenz

Die Firma Umwelt- und Energietechnik Mike Lorenz aus dem hessischen Gründau-Mittelgründau ist ein Unternehmen, das seit dem 1.04.07 umweltschonende und energiesparende Heizsysteme, Solarstromanlagen oder Elektroanlagen in ganz Deutschland plant und montiert. Der von der SOLEDOS GmbH erstellte Webauftritt „Energie-Lorenz.de“ ist Preisträger beim Hessischen Website Award und wurde damit zur zweitbesten Seite des Landes gewählt.



Fakten:

Gründung: 1997

Mitarbeiter: 8

Branche: Umwelt- und Energietechnik, Heizsysteme

Lösung: qualityCMS 2.0, Eigenentwicklung der Firma SOLEDOS GmbH, Gründau, Hessen

Kontakt:

Umwelt- und Energietechnik

Mike Lorenz

Haingründauer Straße 9

63584 Gründau-Mittelgründau

Telefon: 0 6058 - 91 03 26

E-Mail: energie.lorenz@t-online.de

www.energie-lorenz.de

„Individuelle Stärke von Mitarbeitern und Unternehmen erkennen“ – Tischlerei Gebrüder Bernd und Christian Goer GbR, Waltrop, Nordrhein-Westfalen



Die Tischlerei Gebrüder Bernd und Christian Goer GbR aus Waltrop bietet Ihren Kunden individuelle Möbelstücke und baut Büros und Ladeneinrichtungen nach Maß.

Individuelle Bedürfnisse stehen im Vordergrund, intensive Beziehungen zu den Kunden verlangen aber auch das ständige Anpassen von Kalkulationen, Aufträgen und Rechnungen. Wertvolle Zeit und Geld gehen für interne Geschäftsprozesse verloren.

Technisch umdenken – Präzision erhöhen

Wie in vielen Handwerksbetrieben üblich, setzt die Tischlerei Goer GbR auf gewöhnliche MS Office Anwendungen für die Kalkulation und Auftragsabwicklung. Parallel gab es zu jedem Projekt Hängeregister. Unwirtschaftlich bewertet die Tischlerei diese Büroorganisation zunächst nicht. 2004 Jahren bemerkten die Inhaber aber, dass diese Art der Datenverarbeitung die Betriebsprozesse unübersichtlich und gezielte Marketingmaßnahmen fast unmöglich machten.

Zur E-Business Lösung:

Problem: Die vorhandenen Daten können in der vorliegenden Form nicht verarbeitet werden!

Die Brüder Bernd und Christian Goer stellten sich dieser Herausforderung und entschieden sich für die Anschaffung einer Software, die von der Steuerung der Kundentermine über die Angebotserstellung bis hin zur Auftragserteilung eingesetzt werden kann. Das Programm ist modular aufgebaut und überzeugt vor allem durch seine mobilen Einsatzmöglichkeiten im Kundendienst. Die Daten sind jederzeit bequem abrufbar und können für die Erstellung von Kalkulationen, Angeboten, Rechnungen und Mahnungen genutzt werden.

Bestellt wie gemalt:

Mit der Einführung der neuen Software wurde schnell klar, dass beide Brüder unterschiedliche Stärken haben. Während der eine gut mit dem Computer umgehen konnte und es auch gern machte, war dies für den anderen eher ein notwendiges Übel. So entschloss man sich zu einer radikalen Änderung der Organisationsstruktur und den damit verbundenen Zuständigkeiten. Während jeder der beiden Brüder seinen jeweiligen Kunden vom Angebot über die Fertigung bis hin zur Montage und Abrechnung betreute, wurden die Bereiche Kundenkontakt (Angebotserstellung, Verhandlung und Abrechnung) und Ausführung neu organisiert. Während der eine für die Auftragsbearbeitung zuständig ist, kümmert sich der andere um Produktion und Montage.

Die kaufmännische Branchensoftware ist seitdem ein zentrales Werkzeug für die Kundenakquise und Betriebssteuerung. Bei jedem Kundengespräch können vor Ort ein Angebot erstellt und anschließend sofort ein Termin für die Besprechung des Angebots vereinbart werden. Individuelle Kundenwünsche werden direkt berücksichtigt und ohne Medienbruch in den Datenbestand gepflegt. So transparent kommt es häufig zum direkten Vertragsabschluss. Auftragsbestätigungen werden noch vor Ort erstellt, Produktions- und Montagedaten übermittelt.

Durch die geänderte Organisationsstruktur verkürzt sich die Durchlaufzeit für Aufträge enorm, Rechnungen können sofort erstellt werden, so dass die liquiden Mittel schneller zur Verfügung stehen.

„Die Einführung der kaufmännischen Software machte uns erst unsere Stärken und Neigungen bewusst. Durch die Pflege der Stammdaten dauerte es ca. ein halbes Jahr bis das System voll einsatzfähig war. Wir haben die Organisation unseres Betriebes grundlegend ändern müssen. Die Auftragsbearbeitung nimmt jetzt viel weniger Zeit in Anspruch. Ich kann mich nun voll und ganz auf mein Handwerk konzentrieren, während mein Bruder für die gesamte Kundenkommunikation und die Erstellung von Angeboten und Rechnungen zuständig ist.“

Bernd Goer, Inhaber der Tischlerei Gebrüder Goer, Waltrop

Das Unternehmen:

Tischlerei Gebrüder Bernd und Christian Goer GbR

Die Tischlerei Goer wurde im Jahr 2000 gegründet und befindet sich auch heute im Familienbesitz der Gebrüder Bernd und Christian Goer. Nach alter Handwerkstradition verbindet das Unternehmen Altbewährtes mit modernen Ideen. Dabei kommt eine modular aufgebaute Software zum Einsatz, die kleinen und mittelständischen Betrieben günstige Einstiegskonditionen bietet und sich für verschiedenste Handwerksbranchen eignet.



Fakten:

Gründung: 2000
Mitarbeiter: 2
Branche: Tischlereibetrieb
Lösung: blue:solution - software gmbh - „TopKontor“

Kontakt:

Tischlerei Gebrüder Bernd und Christian Goer GbR
 Im Eickel 43
 45731 Waltrop

www.meister-goer.de

„Existenzgründung – Lieber Baustelle als Büro“ Malerbetrieb Michael Pyszny, Dorsten, Nordrhein-Westfalen

Am Anfang seiner Selbstständigkeit verfügte Malermeister Pyszny bereits über jahrelanges Know-how als angestellter Meister in einem anderen Unternehmen. Mit kaufmännischer Software hatte er bereits dort gearbeitet, wenn es um die Abwicklung von Aufträgen ging. Doch eine Existenzgründung im Malerhandwerk ist für jeden Handwerksmeister eine neue Herausforderung. Konzept und Finanzierung müssen stehen, Aufträge sauber kalkuliert werden und Zahlungsflüsse jederzeit nachverfolgbar sein. Jeder Betrieb muss sich damit auseinandersetzen, wie er seine Angebote und Rechnungen erstellt.



„Für den Anfang reicht Excel oder Word“:

Die Möglichkeiten, Angebote und Rechnungen zu stellen, reichen von der Schreibmaschine des Vaters und dem Taschenrechner über Excel-Tabellen für die Kalkulation, Word für die Angebote und Rechnungen bis zum kompletten PC-Programm. Die Überlegung, dass für den Anfang Excel oder Word reichen, ist gefährlich. Solche Behelfslösungen können unnötig viel Zeit für Büroarbeiten binden, die besser zur Angebotserstellung genutzt werden können. Denn Daten müssen ständig neu erfasst und alle Abläufe neu angepasst werden, wenn Excel und Word den gestiegenen Anforderungen des Betriebs nicht mehr Stand halten.

Es lohnt sich, die angebotenen Programme sorgfältig zu prüfen. Gerade im Handwerk sind ein



Pflichtenheft oder eine Testinstallation vor der endgültigen Entscheidung wichtig. Nur so ist sicher, dass zukünftig eingesetzte Programme die eigenen Anforderungen abdecken.

Zur E-Business Lösung:

„Büroarbeiten auf ein Minimum reduzieren“

Für den Malerbetrieb Pyszny gilt es zu unterscheiden: Handelt es sich um eine einfache Fakturierung, ein allgemeines Handwerksprogramm oder um eine Software, die speziell auf den Malerbetrieb abgestimmt ist? Alles, was nicht handwerksspezifisch ist, scheitert spätestens bei der Kalkulation, der Projektverfolgung oder wenn es um Leistungen geht. Und wenn es kein Programm für den Maler ist, wird die Datenübernahme ebenso wenig wie das Aufmaß funktionieren.

Meister Pyszny setzt bereits in der Gründungsphase auf betriebliche Software, um sich noch um sein Handwerk kümmern zu können. Die modular aufgebauten Anwendungen helfen ihm dabei, die notwendigen Büroarbeiten auf ein Minimum zu reduzieren. Zum Softwarepaket gehört unter anderem auch ein Tool zur Ableitung von Aufmaßlisten. Die Möglichkeit, Abschlags-, Teilzahlungen und Schlussrechnungen zu erstellen, sorgt zudem für eine schnellere Auftragsabwicklung und eine bessere Übersicht.

„Ich habe mich bei der Innung, bei der Handwerkskammer Münster, beim Fachverband, auf Messen und bei Kollegen informiert. Zur Einführung

haben wir eine Demoversion bekommen, die wir zwei Monate intensiv testen konnten. So konnten wir die Anforderungen an das Programm testen, um herauszufinden, welche Module wir benötigen.“

„Insbesondere durch die Zeitersparnis konnten wir einen höheren Auftragsdurchlauf erreichen. Ich muss Preise für Farben, Tapeten und Bodenbeläge nicht mehr im Katalog nachschlagen. Durch die Datenorm-Schnittstelle liest das Programm die Preise und Artikelstammdaten automatisch ein. In einem hart umkämpften Markt zählt nun mal Aktualität. Und dabei hat sich die Lösung vom Start an bewährt. Die Möglichkeit das Produkt im laufenden Betriebsablauf auf Herz und Nieren zu prüfen, machte uns die Kaufentscheidung leichter.“

Die Einführung der Software bringt Malerbetrieb Pyszny folgende Vorteile:

- ▶ Schnellere Kalkulation und Dokumentenerstellung
- ▶ Vermeidung von Doppelarbeiten und Fehlern
- ▶ Bessere Übersicht zur Unternehmenssteuerung
- ▶ Zeitersparnis
- ▶ Konzentration auf die Kernaufgaben

Das Unternehmen

Malerbetrieb Michael Pyszny

Malerbetrieb Pyszny muss als Einzelunternehmer die Büroarbeit auf ein Minimum reduzieren, um seinem Kerngeschäft nachgehen zu können. Michael Pyszny entscheidet sich für eine günstige und leicht bedienbare Software, mit der Angebote und Rechnungen in kürzester Zeit erstellt und als Brief, Fax oder E-Mail versendet werden können.



Fakten:

Gründung: 2008
Mitarbeiter: 1
Branche: Malereibetrieb
Lösung: blue:solution –software gmbh TopKontor

Kontakt:

Malerbetrieb Michael Pyszny
 Ellerbruchstraße 183
 46284 Dorsten

„Der Spion im eigenen Unternehmen – Vom sicheren Umgang mit Daten“ GRÄFE Holztreppebau, Bretnig-Hauswalde, Sachsen



An welche Regeln muss sich eigentlich ein kleiner Handwerksbetrieb halten, um sich vor unangenehmen Überraschungen, wie dem Missbrauch von relevanten Firmendaten zu schützen?

Mit dem Handwerksbetrieb GRÄFE Holztreppebau setzt man im sächsischen Bretnig-Hauswalde auf Treppenbau in handwerklicher Einzelanfertigung. Im engen Dialog mit dem Kunden werden Designs, Videoanimationen und Projektentwürfe bei Gräfe computergestützt bearbeitet. Das langjährige Know-how der Mitarbeiter bildet hier die Geschäftsgrundlage, weit entfernt von der Massenproduktion.

Im Unternehmen aus Bretnig-Hauswalde hat man die Relevanz des Themas IT-Nutzung erkannt und mit Unterstützung des Sächsischen Kompetenzzentrums für den Elektronischen Geschäftsverkehr (SAGEG) Sicherheitslücken minimieren können.

Zur E-Business Lösung:
Die bereits getroffenen Sicherheitsvorkehrungen wurden unter die Lupe genommen, um dem Unternehmen dann genauere Empfehlungen für das weitere Vorgehen zu präsentieren. Dabei traten sicherheitsrelevante Lücken zu Tage, die für viele Unternehmen typisch sind:

„Die Verschlüsselung und Dokumentation von Daten und Passwörtern ist bisher unzureichend“

Bei Gräfe Holztreppebau gab es bisher keine ausreichende Dokumentation über Passwörter und Systemkomponenten (Switches, Drucker, etc.), genauso wenig, wie über die verwendeten Speicher-

orte von Daten, die besonders schutzwürdig sind. Eine Verschlüsselung gerade sensibler Daten gab es nicht, deren Archivierung erfolgte ebenfalls nicht einheitlich. Dazu gehören vor allem auch E-Mails, die gerade wenn sie steuerrechtlich relevant sind, gemäß der GDPdU archiviert und wiederherstellbar sein müssen.

Wie kann IT-Sicherheit hier helfen?

E-Mail:

- ▶ Zur Übersicht der Daten sollte eine Verzeichnisstruktur angelegt werden, die überblicksartig die Speicherorte von Daten beinhaltet sowie Softwareversionen listet
- ▶ Verschlüsselungsverfahren sollten insbesondere für sensible Datenbestände auf Einsatzmöglichkeit überprüft werden
- ▶ Über die E-Mail-Nutzung und damit über die Internetanbindung erfolgt mittlerweile der Großteil der Firmenkommunikation, damit steigt aber auch die Gefahr, aus dem Internet angegriffen und ausspioniert zu werden
- ▶ Ein ganzheitliches Konzept zur Sicherung von E-Maildaten sollte deshalb überlegt und umgesetzt werden. Dazu gehört die Speicherung, ein Backup und die Archivierung der Daten. Denn auch aus steuerrechtlichen Gründen muss überlegt werden, ob E-Mails auch noch im Falle einer Betriebsprüfung wiederhergestellt werden können.

PCs:

- ▶ Im Unternehmen wird auf Windowsserver und Arbeitsstationen mit Windows Betriebssystemen zurückgegriffen. Die üblichen Sicherheitsvorkehrungen (Zugangskontrolle, Passwortgebrauch, Sicherheits-Updates, Virenschutz) werden beachtet. Selbst spezifische PCs sind beim Ausfall kurzfristig ersetzbar, so dass der Betriebsablauf selbst nicht gefährdet ist.

Was kann IT-Sicherheit hier tun?

- ▶ Sensible Daten des Unternehmens sollten dokumentiert und in das vorhandene Backup-System einbezogen werden

- ▶ Die Verwendung von externen Datenträgern (USB-Sticks, CDs) kann nicht ausgeschlossen werden, weshalb die Mitarbeiter über den notwendigen Virenschutz aktenkundig belehrt werden müssen. Dies gilt ebenfalls für die Nutzung von E-Mail und Internetnutzung
- ▶ Um den sicheren Zustand von einzelnen PCs zu garantieren, sollte die Verwaltung von Sicherheits-Updates (Betriebssystem, Anwendungen) zentral gesteuert werden

Internet:

Neben einem vorhandenen Intranet besteht im Unternehmen Zugang zu einer Internetanbindung. Die sicherheitsüblichen Hard- und Softwarekomponenten sind vorhanden, ebenso eine Firewall. Sicherheitsregeln sind eingerichtet, die Werkseinstellungen für Passwörter wurden entsprechend verändert.

Was kann IT-Sicherheit hier tun?

- ▶ Die Software mit Versionsnummern und Passwörtern sollte ebenso dokumentiert werden, wie die eingestellten Regeln für die Nutzung der Firewall
- ▶ Eine tägliche Überwachung des Datenverkehrs zum Internet sollte erfolgen, um schnell auf unbekannte Ereignisse reagieren zu können. Zu diesem Zweck sollte eine Überwachungssoftware eingesetzt werden
- ▶ Information über Sicherheits-Updates der genutzten Hard- (Firmware) und Software sollte regelmäßig eingeholt werden
- ▶ Die Aufgabenstellungen zur IT-Sicherheit sollten mit externen Dienstleistern schriftlich vereinbart werden

„Unser Betrieb mit elf Mitarbeitern kann sich einen teuren Administrator nicht leisten. Durch die Zusammenarbeit mit dem SAGEG Kompetenzzentrum

Chemnitz konnten durch den objektiven Blick von außen, Schwachpunkte im Bereich Datensicherheit sowie administrative Rechte herausgefunden werden und behoben werden. Das Hauptproblem lag aber weniger in der Technik selbst, sondern in der Handhabung bei möglichen Ausfällen. Es gab keinerlei Handlungsanweisungen für Administratoren und Datensicherung, eine Dokumentation des Systems fehlte ebenfalls. Ein Dritter hätte im Falle eines Ausfalls nicht eingreifen können.“

Danny Gräfe, Geschäftsführer von Gräfe Holztreppebau

Dennoch zögern kleine Unternehmen häufig immer noch, E-Business einzuführen, weil eigene Fachkräfte fehlen. Stellt sich also die Frage: Wo und wie findet man den richtigen IT-Dienstleister? Wer will sich schon auf Fachchinesisch einlassen oder einen IT-Freak, der nicht ausreichend auf die individuellen Belange des Unternehmens einlassen? Diese Hürden lassen sich leicht bewältigen, wenn man von Anfang an die persönlichen Vorstellungen von der Lösung exakt definiert und klar vor Augen hat.

Das Unternehmen Gräfe Holztreppebau

Der 1914 gegründete Familienbetrieb realisiert mit elf Mitarbeitern das gesamte Spektrum vom Treppenbau aus Holz, Glas und Edelstahl über die Fertigung von Geländeranlagen im Innen- und Außenbereich, bis zur Sanierung und Restauration von Treppen und Geländern.

Alle Produkte werden in dem in Ostsachsen ansässigen Handwerksunternehmen ausschließlich von Fachkräften in handwerklicher Arbeit hergestellt. Dies ermöglicht größte gestalterische Freiräume bei der Planung und garantiert ein Höchstmaß an Qualität.



Fakten:

Gründung: 1914 als Familienunternehmen
Mitarbeiter: 11
Branche: Treppenbau
Produkte: Exklusive Treppen- und Geländeranlagen, Balkon- und Terrassendesign, individuelle Sonderanfertigungen

Kontakt:

Gräfe Holztreppebau
Dipl. Ing. Danny Gräfe
Ohorner Straße 7a
01900 Bretnig-Hauswalde
www.holztreppebau.com

Nützliche Tipps rund ums E-Business

Wer im E-Business nur an internationale Großkonzerne oder Handelshäuser denkt, verschenkt dabei enormes Potential. Gerade kleine Unternehmen können durch ihre Flexibilität besonders profitieren. Betriebe können ihre Geschäftsprozesse durch E-Business nicht nur schneller, sondern auch effizienter gestalten. Denn die elektronische Unterstützung von Geschäftsprozessen führt nachweislich zu Kostenvorteilen.

3 Schritte ins E-Business:

- Stellen Sie völlig frei alle Anforderungen an Ihre E-Business-Lösung in einer Checkliste dar. Ganz gleich, was vorhandene Lösungen bieten, entscheidend ist Ihr individueller Bedarf.
- Wählen Sie etwa fünf bis acht IT-Dienstleister aus, die Ihnen anhand der Checkliste ein Angebot erstellen. Angaben, wie etwa Anzahl und Qualifikation der Mitarbeiter, Referenzprojekte etc. sind dabei Standard.
- Nach Eingang der Angebote können Sie diese nun anhand Ihrer Kriterien vergleichen. Wenn Sie den passenden IT-Dienstleister für Ihr Unternehmen gefunden haben, sollten Sie einen detaillierten gemeinsamen Projektplan aufstellen



Wie finde ich die geeignete Software für mein Unternehmen?

Rahmenbedingungen

Wie hoch sind meine Investitionskosten zur Anschaffung der Software, welche Preisgrenze darf dabei nicht überschritten werden?

Wie viele Mitarbeiter müssen mit dem System gleichzeitig arbeiten können? Muss das System mehrsprachig sein?

Muss die anzuschaffende Software zum Beispiel zu Windows und einer bestehenden Datenbank kompatibel sein, soll es auch eine Schnittstelle zu MS Excel und Word geben?

Welche Funktionen müssen mit der Software abgedeckt werden?

Funktionalitäten

Für welchen Einsatz muss die Software gerüstet sein? Welchen Funktionsumfang hat sie, kann die Software die folgenden Betriebsprozesse abbilden:

- ▶ Materialwirtschaft
- ▶ Fakturierung
- ▶ Rechnungswesen
- ▶ Produktion
- ▶ Personalwirtschaft?

Branchenlösungen

Verfügt die Software über branchenspezifische Schnittstellen? Meist werden Branchenlösungen nicht vom Hersteller selbst angeboten, sondern über Partnerfirmen realisiert. Diese Anpassungen des Systems an die Branche sind oft mit enormen Kosten verbunden. Deshalb sollte schon im Rahmen der Vorauswahl geprüft werden, ob es Hersteller gibt, die z.B. eine DATANONORM-Schnittstelle oder eine Aufmaßverwaltung für Handwerksbetriebe oder eine Mindesthaltbarkeitsverwaltung für die Lebensmittel bereits in der Standardversion anbieten.



Wie verbessere ich mein Google Ranking? Sechs Mythen über Internetsicherheit¹⁾

Auffindbarkeit von Seiten durch zum Inhalt passende Titulierung

- ▶ Keywords überdenken hinsichtlich Wortstamm, Einzahl, Mehrzahl und Semantik
- ▶ Proaktives Eintragen
- ▶ Eintragen der URL in Indizes von Suchmaschinen
Beispiel:
www.google.de/addurl/?hl=de&continue=/addurl

Berücksichtigung beim Websitebetrieb (Providing, Hosting)

- ▶ Ständiges Aktualisieren von Inhalten auf der Seite
- ▶ Entwickeln der Website-Struktur
- ▶ Vermeiden duplizierter Inhalte und duplizierter Links
- ▶ Vermeiden toter Links und Einhalten flacher Verzeichnishierarchien

Umgang mit verschiedenen Programmieretechniken

- ▶ Vermeiden von Framesets und von Javaskripts, deren Inhalte von Suchmaschinen nicht erkannt werden können.

Mythos 1

Antivirensoftware und Firewall gewährleisten ausreichenden Schutz

Im Internet tauchen ständig ungehindert neue Formen der Bedrohung auf. Trojaner, Denial-of-Service Attacken, Würmer, Phishing und Spyware können Firewalls ungehindert überwinden und der Antivirensoftware entkommen.

Mythos 2

Der Kostenanstieg für Internetsicherheit ist unausweichlich

Die Kosten für IT-Sicherheit haben sich laut Analysten in den vergangenen Jahren fast verdoppelt, während sich gesamten IT-Budgets nur minimal verändert haben. Ein großer Teil der Kosten sind Personalkosten. Maßnahmen zum Schutz, wenn sie denn vorbeugend erfolgen (anstelle des Ansatzes vom Aufspüren, Hinterherhetzen und Patchens). Wenn dann Schwachstellen entdeckt werden, bevor ein Angriff erfolgt, bleibt genügend Zeit, die Sicherheitslücken zu schließen. Die Kosten für reaktive Maßnahmen lassen sich so eindämmen.

¹⁾ (Quelle: Lamprecht, Jörg: Magie im digitalen Zeitalter in: e-commerce Magazin Nr. 5, (2005), S. 40-42)

Mythos 3

Je mehr Unternehmen über die Aktivitäten in ihrem Netzwerk wissen, desto sicherer sind sie.

Werkzeuge für die IT-Sicherheit liefern Unmengen an Daten über Netzwerkaktivitäten, aber kaum sinnvoll aufbereitete Reports. Am Anfang der Internetsicherheit muss die richtige Einschätzung von Geschäftsrisiken stehen.

Durch die vorherige Analyse der Risiken und in Verbindung mit ihren möglichen Effekten auf kritische Geschäftsanwendungen und -prozesse können Unternehmen ihre IT-Sicherheit priorisieren. Netzwerk- und Sicherheitsverantwortliche können ihre Ressourcen effektiver einsetzen, indem sie sich auf die Sicherheitsrisiken mit Top-Priorität konzentrieren.

Mythos 4

Industriespionage betrifft nur wenige Großunternehmen. Alle Unternehmen sind potenzielle Ziele für Industriespionage.

Dies ist vor allem dann der Fall, wenn ihr Geschäftsmodell auf Neuentwicklungen basiert. 2004 gab das Institute of Directors bekannt, dass 60 Prozent der Mitglieder einen Schaden durch Informationsdiebstahl erlitten hätten. Darunter befanden sich Großkonzerne und auch KMUs. Um ihr Know-How zu schützen, müssen auch kleine und mittelständische Unternehmen über die gleichen Sicherheitslösungen verfügen können wie Großkonzerne.

Mythos 5

Netzwerkausrüster und Storage-Anbieter liefern unabhängige Sicherheit.

Netzwerkausrüster und Storage-Anbieter akquirierten oder fusionierten in der jüngsten Zeit mit Anbietern von Internetsicherheitslösungen. Ziel ist die Integration von Sicherheit in alle Netzwerk- und Storage-Komponenten, um damit alles aus einer Hand anbieten zu können. Jedoch müssen sich Unternehmen fragen, ob sie beim Kauf von Netzwerk oder Speicherlösungen auch auf die mitgelieferte Sicherheitssoftware vertrauen oder ob die Software unabhängiger Anbieter eine bessere Alternative darstellt. Die Auswahl der richtigen Sicherheitssoftware sollte für Unternehmen keine Frage des richtigen Package sein.

Mythos 6

Jede Antivirensoftware wirkt auf dieselbe Art und Weise.

Antivirenprogramme suchen oft nach der Signatur eines Virus. Es ist jedoch zu beachten, dass Viren mutieren können. Diese Mutationen können Antivirenlösungen nicht mehr erkennen. Ein Virus kann auch identifiziert werden, indem versucht wird, sein Verhalten zu analysieren und ihn zu verstehen. Durch die Analyse des Verhaltensmusters lassen sich ganze Virenfamilien auf einmal eliminieren. Verhaltensbasierte Antivirenlösungen sind außerdem in der Lage, künftige Codes aufzuspüren.

Ratschläge zur Installation Ihrer IT-Sicherheitslösung

- ▶ Installieren Sie die aktuellsten Updates und Patches für die verwendete Software (z. B. das Betriebssystem).
- ▶ Verwenden Sie zudem einen aktuellen Virens scanner mit automatischer Update-Funktion.
- ▶ Legen Sie Festplatte wichtiger Systeme doppelt aus, so dass Sie jederzeit über eine Sicherung verfügen.
- ▶ Eine tägliche Datensicherung sollte Pflicht sein.
- ▶ Bewahren Sie die Sicherungsdatenträger räumlich getrennt vom Original auf.

Das Netzwerk Elektronischer Geschäftsverkehr E-Business für Mittelstand und Handwerk

Das Netzwerk Elektronischer Geschäftsverkehr (NEG) ist eine Förderinitiative des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie. Das Ziel besteht darin, kleine und mittlere Unternehmen dabei zu unterstützen, die Chancen des E-Business effektiv zu nutzen.

Mittelstand und Handwerk stehen bei der Einführung von elektronischen Geschäftsprozessen vor besonderen Herausforderungen: Sie verfügen im Gegensatz zu Großbetrieben meist nicht über eine eigene IT-Abteilung. Zudem sind die Ressourcen an Zeit, Geld und Arbeitskraft zu knapp, um sich von IT-Dienstleistern betreuen zu lassen oder aufwändige, komplexe Lösungen umzusetzen. Das NEG bietet deshalb seit 1998 gezielt Informationen, die auf die Bedürfnisse kleiner und mittlerer Unternehmen zugeschnitten sind.

Beratung vor Ort

Das NEG informiert mit seinen 28 bundesweit verteilten Kompetenzzentren kostenlos, neutral und praxisorientiert. Es unterstützt Mittelstand und Handwerk bei der Konzeption und Einführung von E-Business-Lösungen durch

- ▶ Informationsveranstaltungen rund um das Thema E-Business
- ▶ Einzelberatungen durch die regionalen Kompetenzzentren auch bei Ihnen vor Ort
- ▶ Publikationen für die Praxis

Das Netzwerk bietet über eine Einstiegsberatung hinaus vertiefende Informationen zu:

- ▶ Kundenbeziehung und Marketing
- ▶ Netz- und Informationssicherheit
- ▶ ERP – Betriebswirtschaftliche Softwarelösungen auf proprietärer und freier Basis
- ▶ RFID für den Mittelstand
- ▶ Femme digitale – IT-Kompetenz Frauen im Handwerk

Mit dem NEG Website Award prämiert das Netzwerk zudem die besten Internetauftritte von Mittelstand und Handwerk aus Deutschland (www.neg-website-award.de). Detailliert aufbereitete Informationen zu Nutzung und Interesse an E-Business-Lösungen bei

kleinen und mittleren Unternehmen bietet die vom NEG jährlich herausgegebene Studie „Elektronischer Geschäftsverkehr in Mittelstand und Handwerk“.

Das Netzwerk im Internet

Auf www.ec-net.de, dem zentralen Auftritt des Netzwerks im Internet, können Unternehmen neben Veranstaltungsterminen und den Ansprechpartnern in Ihrer Region auch alle Publikationen einsehen:

- ▶ Handlungsleitfäden für die Praxis
- ▶ Checklisten z. B. zur Softwareauswahl
- ▶ Studien und Umfragen zu aktuellen Themen des E-Business
- ▶ Interaktive CD-ROMs zum Selbstlernen
- ▶ Beispiele aus der Praxis zur Orientierung für eigene Projekte

E-Business konkret

Mit seinen Angeboten für kleine und mittlere Unternehmen leistet das NEG einen Beitrag zur Stärkung der Wettbewerbs- und Zukunftsfähigkeit des deutschen Mittelstands. In den ersten zehn Jahren des NEG konnten über 300.000 Teilnehmer an über 30.000 Veranstaltungen und Einzelberatungen von den Leistungen des Netzwerks profitieren.



Fragen zum Netzwerk und dessen Angeboten beantwortet Markus Ermert, Projektträger im DLR unter 0228/3821-713 oder per E-Mail: markus.ermert@dlr.de.

● Regionales Kompetenzzentrum
▲ Branchen-Kompetenzzentrum
■ Externer Netzwerkpartner

Text und Redaktion

KLICK Kompetenzzentrum
Elektronischer Geschäftsverkehr Rheinland-Pfalz
c/o EIC Trier - IHK/Hwk- Europa- und Innovationscentre GmbH
Bahnhofstraße 30-32
54290 Trier
E-Mail: info@klick-net.de
www.klick-net.de

Grafische Konzeption und Gestaltung

Clemens Concept & Design
Trier

Diese Druckschrift wird im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit für das Begleitprojekt „Femme digitale“ im Netzwerk Elektronischer Geschäftsverkehr durch das KLICK Kompetenzzentrum Elektronischer Geschäftsverkehr Rheinland-Pfalz herausgegeben.

Sie wird kostenlos abgegeben und ist nicht zum Verkauf bestimmt.

Herausgeber

KLICK Kompetenzzentrum
Elektronischer Geschäftsverkehr Rheinland-Pfalz
c/o EIC Trier - IHK/Hwk- Europa- und Innovationscentre GmbH
Bahnhofstraße 30-32, 54290 Trier

Bildnachweis

S. 1 KLICK Trier
S. 20 KLICK Trier
S. 21 KLICK Trier

Stand

Dezember 2008

in Kooperation mit:

