

# Revolution der Kunden

Aufgeklärte Kunden und immer vergleichbarere Produkte verlangen ein neues Kunden-Management. Speziell die Telekommunikationsbranche muss ihre Wertschöpfungsketten und kundennahen Prozesse überdenken.

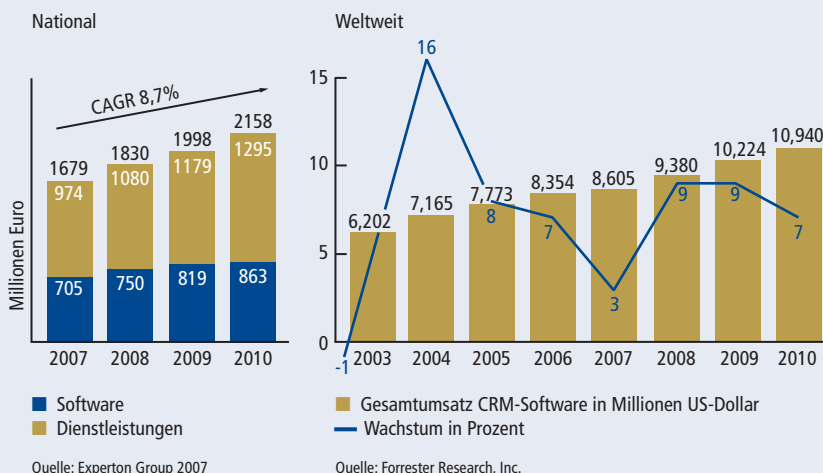
Die Telekommunikationsbranche befindet sich im Wandel: Das Zusammenwachsen von TK und IT, neue Technologien und mobile Endgeräte eröffnen neue Einnahmequellen. Gleichzeitig müssen Unternehmen auf das geänderte Verhalten der Konsumenten reagieren. IDC-Analyst Rüdiger Spieß erklärt: „Durch Internet, E-Business und Web 2.0 ist der Kunde aufgeklärter und eher bereit zu wechseln.“ Der Kunde weiß genau, was er will und nimmt aktiven Einfluss auf die Gestaltung von Produkten und Services.

Service Provider müssen sich also künftig über Qualität, Kundenorientierung und die Ansprache der Kunden über alle Kanäle hinweg differenzieren. Gefragt ist daher ein Customer Relationship

Management (CRM), das eine einheitliche Kundenbetreuung für die gesamte Wertschöpfungskette sicherstellt. „Ziel ist eine Prozess- und IT-Organisation, die End-to-End-Prozesse – von der Bestellung über die Bezahlung bis zum nachfolgenden Service – abbilden kann“, erklärt Jürgen Martin, Corporate Executive Vice President bei Danet. In der TK-Branche hat sich dafür bereits das so genannte eTOM-Modell (enhanced Telecom Operations Map) bewährt.

Denn die Voraussetzungen für weiteres Wachstum des deutschen CRM-Markts sind gut: Die Experton Group erwartet einen Anstieg der Ausgaben für CRM-Lösungen bis 2010 auf 2,2 Milliarden Euro (2007: 1,7 Milliarden Euro). ■

## Wachstum des CRM-Markts in Deutschland und weltweit



## INHALT

**Nachrichten** 1

**Editorial** 2

**Konvergenz** 3

Die lange prophezeite Konvergenz von IT und Medien sowie von IT und TK ist Realität – mit gewaltigen Folgen für die Telekommunikations- und Softwareindustrie.

**Videoconferencing** 5

Videokonferenzen sind ein Muss für international operierende Unternehmen wie die BMW Group. Danet implementierte dort eine einheitliche, standardisierte und herstellerunabhängige Lösung mit maximaler Bedienerfreundlichkeit.



**Mobile Lösungen** 7

Kleinwächter setzt auf eine mobile Dispositions- und Transportmanagementlösung: Mehr Transparenz und eine zügigere Prozessbearbeitung ermöglichen die Entwicklung des Unternehmens zum modernen Logistik-Dienstleister.

**Termine** 8



## Editorial

Liebe Leserin,  
lieber Leser,

die Industrialisierung der IT gewinnt an Bedeutung. Die Unternehmen schaffen verstärkt die Voraussetzungen für Service-orientierte Architekturen: IT-Prozesse werden konsequent an den zu Grunde liegenden betrieblichen Abläufen ausgerichtet. Dafür müssen die Unternehmen nun den Rahmen schaffen und ihre Geschäftsprozesse vorbereiten.

Zudem steht die interne Prozessoptimierung im Fokus. Gefragt ist neben der Standardisierung von Anwendungen und Systemen die nutzungsabhängige Bereitstellung von Rechenkapazitäten und Dienstleistungen. Es stellt sich die Frage, welches Geschäftsmodell die Anwender wollen: On-Premise oder On-Demand? Für immer mehr Unternehmen rechnen sich On-Demand-Lösungen wie „Order to Cash“.

Stark gefragt sind auch mobile Lösungen. Welches Potenzial darin steckt, zeigt das Beispiel Kleinwächter mit der Entwicklung zum modernen Logistikanbieter.

Keine Frage, die Geschäftswelt wird kundenorientierter, flexibler und mobiler. Schöne neue Welt!

Herzlichst

Ihr

Dr. Reiner Nickel

Vorsitzender der Geschäftsführung  
Danet Group

## „Der On-Demand Service ist sehr empfehlenswert“

Das Beratungsunternehmen MediaanABS hat den Danet On-Demand Service „Order to Cash“ getestet. Im Interview erläutert Geschäftsführer Joachim Depper das Audit und Einsatzszenarien für solche Services.

### ■ Vor welchen Herausforderungen stehen die IT-Abteilungen der Telekommunikationsanbieter?

Den etablierten TK-Anbietern drohen ihre IT-Landschaften über den Kopf zu wachsen, sie müssen eine stetig wachsende Komplexität im Griff behalten. Bei den neuen Anbietern dagegen steht ein schneller Start des Geschäfts im Vordergrund und die IT gehört meist nicht zu ihrer Kernkompetenz. Deshalb wollen sowohl etablierte als auch neue TK-Anbieter ihre IT auslagern.

### ■ Sie haben den Danet On-Demand Service „Order to Cash“ getestet. Wie?

Wir haben erstens die Funktionen des Services gegen den so genannten

eTOM-Prozesskatalog (enhanced Telecommunications Operations Map) und einen Produktkatalog geprüft. Zweitens haben wir die Funktionen mit am Markt verfügbaren Lösungen verglichen und drittens die Funktionen den typischen Anforderungen der Kunden gegenübergestellt. Dabei haben wir uns die Prozesse für drei Bereiche angeschaut: die Tarif-, Pricing- und Billing-Funktionen, die CRM- und Financial Services.

### ■ Wie lautet Ihr Fazit des Audits?

Wir waren positiv überrascht. Der On-Demand Service ist in der Summe sehr empfehlenswert. Er deckt fast alle Prozesse eines auf den Massenmarkt abzielenden TK-Anbieters vollständig ab und ist für deren Geschäftsprozesse angelegt.

### ■ Worauf sollten TK-Unternehmen bei der Auswahl von Services achten?

Hier sehe ich drei Bereiche: die Mandantenfähigkeit, den Multi Channel Sales sowie Datensicherheit, Verfügbarkeit und Reaktionszeiten. Hier haben andere Lösungen noch erhebliche Defizite.

### ■ Welche Defizite sind das?

Neben dem Fokus auf Produkte und Prozesse werden in einer Customer-Care- und Billing-Lösung vor allem kaufmännische Prozesse bedient. Die Anforderungen an Compliance, Revenue Assurance und Buchhaltungsnormen wie IFRS sind bei der Auswahl oft zweitrangig, spielen aber bei zunehmender Kundenbasis eine wesentliche Rolle. Mandantenfähigkeit ist sicherlich leichter ausgesprochen als implementiert. Zudem müssen alle Vertriebskanäle bedient werden können, die Abbildung von Multi Channel Sales zeigt häufig noch Defizite.

### ■ Für welche Unternehmen ist „Order to Cash“ geeignet?

Der Service eignet sich für etablierte ebenso wie für neue TK-Anbieter. Darüber hinaus können ihn alle Unternehmen nutzen, die Content und Werbung vermarkten oder Web Services anbieten. ■



### Joachim Depper

Managing Director, MediaanABS

Das auf ITK-Beratung spezialisierte Unternehmen wurde 1969 in den Niederlanden gegründet und ist seit 2006 mit einer eigenen Gesellschaft in Deutschland vertreten.



# Konvergenz reißt Branchengrenzen ein

Die lange prophezeite Konvergenz von IT und Medien sowie von IT und Telekommunikation ist Realität. Die Folgen für die Telekommunikations- und Softwareindustrie sind gewaltig.

„Jetzt wächst zusammen, was zusammengehört“, kommentierte Willy Brandt 1989 den Fall der Berliner Mauer. Sein Ausspruch beschreibt ebenso treffend die aktuelle Situation in der TK- und IT-Industrie. Hier vereinen sich IT-, Medien- und Internetindustrie, IT und Telekommunikation nähern sich an. Sprache, Daten und Bilder strömen über eine Netztechnologie, die Grenzen zwischen Fest- und Mobilnetz reißen ein. Egal ob mobil oder stationär – auf einem Endgerät sind heute unzählige Dienste möglich.

Ein Beispiel unbegrenzter Vielfalt ist zweifelsohne das iPhone von Apple: Multimedia-Player, Adress- und Office-Funktionen, Video, TV, Spielekonsole, Fotografie und, ach ja, Telefon, alles in einem Gerät. Auch andere Hersteller

haben inzwischen mit multimedialen Alleskönnern nachgelegt. Das Beispiel iPhone zeigt aber noch mehr: Aus dem Soft- und Hardwarehersteller Apple ist mittlerweile ein TK-Anbieter und Service-Provider für mobile Dienste geworden.

## ■ Bislang klar getrennte Branchen formen Ökosysteme

„Konvergenz bedeutet letztlich, dass sich über eine Netztechnologie alle erdenklichen Endgeräte mit einer Vielzahl von Services versorgen lassen“, lautet der Versuch einer Definition von Kenn D. Walters, Executive Advisor bei der Experton Group. Was so simpel klingt, hat enorme Auswirkungen auf ganze In-

dustrien. Bisher klar getrennte Branchen – etwa Kabelnetzbetreiber, Mobilfunker, Festnetz-Carrier, Content-Produzenten und Gerätehersteller – formieren sich zu Ökosystemen. Völlig neue Wertschöpfungsketten entstehen. Es wird kooperiert oder in gänzlich neue Territorien vorgedrungen – siehe Apple. Alte und neue Geschäftsmodelle kannibalisieren einander.

## ■ Neue Geschäftsfelder durch höherwertige Dienste

„Die Konvergenz bietet ein weites Feld für Geschäftsmodelle, birgt aber auch Risiken“, erklärt Philip Bohn, Analyst bei Berlecon Research, die Situation. So führe die Verschmelzung von IT und TK dazu, dass Sprache und Daten (E-Mail, Instant Messaging) auf der Grundlage derselben Protokolle über ein Netz übertragen werden – neudeutsch Unified Communications. Ziel der Anbieter sei es, ihren Kunden künftig höherwertige Dienste – etwa Funktionen für Geschäftsanwendungen wie Office, Notes, mobiles ERP (Enterprise Resource Planning) und CRM (Customer Relationship Management) anzubieten – sowie Geschäftspartner zu integrieren. ITK-Player verkauften dadurch nicht mehr nur Technologien und würden so einer Degradierung zum Datendurchreicher vorbeugen. „Sie liefern einen Beitrag zu effizienten Geschäftsprozessen“, erläutert Bohn. Zudem entstehen zusätzliche Geschäfte durch die Bereitstellung von On-Demand-Diensten und Hosting-Offerten.

Vor dem Preis steht allerdings der Schweiß. Traditionelle Anbieter müssen zunächst eine neue technologische Basis für ihre Kommunikationslösungen schaffen. „Vormals Hardware-basierte TK-Lösungen werden zunehmend durch Software-basierende Produkte verdrängt“, führt Analyst Bohn aus. Gleichzeitig entstehen für die TK-Platzhirschen durch den Schritt in Richtung Software- und Lösungs-Anbieter neue Konkurrenten, die gleichzeitig notwendige Partner für



die ITK-Integration sind: Microsoft bietet mit dem Office Communications Server ein Unified-Communications-Produkt an und will dieses weiter in Richtung VoIP (Voice over IP) ausbauen. Und IBM ist ebenfalls im Bereich Unified Communications aktiv.

Das Versprechen der Effizienzsteigerung von Geschäftsabläufen können die etablierten TK-Unternehmen nicht ohne einen Strategiewechsel einlösen. Analyst Bohn dazu: „Sie sind gefordert, Geschäftsprozess-Expertise aufzubauen und die Vertriebs- und Beratungsmannschaft entsprechend zu schulen, um die Kunden von ihren Services überzeugen zu können.“

### ■ Internet-Protokoll liefert technische Voraussetzung

Bei den technischen Voraussetzungen für die Umsetzung neuer Geschäftsmodelle scheinen sowohl Anbieter als auch deren Kunden langsam auf der sicheren Seite zu sein. Die Trägerplattform für konvergente Dienste, das Internet Protocol (IP), ist mittlerweile weit verbreitet: „52 Prozent der westeuropäischen Netzwerke haben ganz oder teilweise Sprache

und Daten auf Basis von IP zusammengeführt, 2008 wird dieser Anteil auf fast 60 Prozent ansteigen.“ Hier zu Lande sind die Voraussetzungen noch besser: „Deutschland ist Europa voraus“, erklärt Dan Bieler, Analyst bei IDC.

### ■ Konsumenten sind hungrig nach konvergenten Services

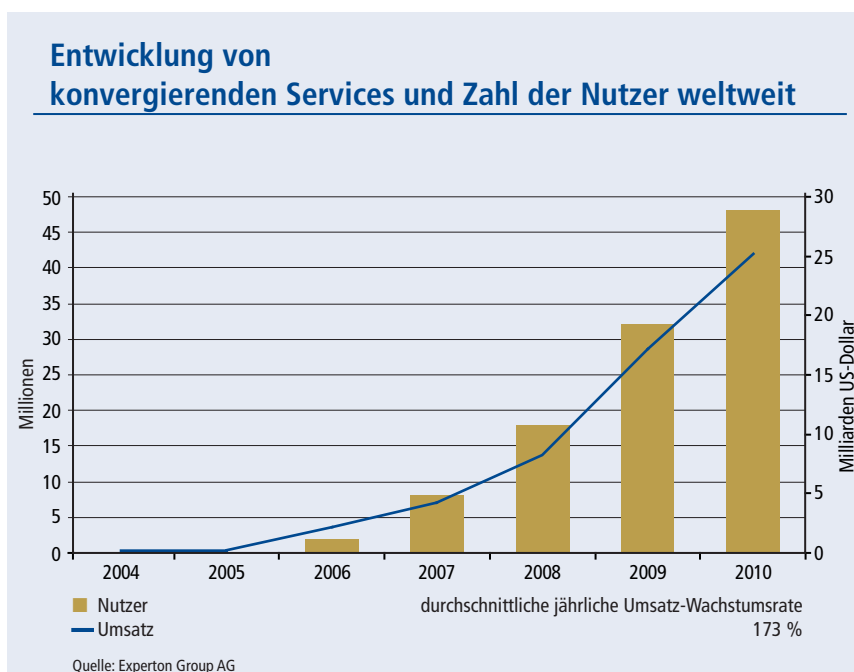
Ein anderes Bild zeigt sich jedoch auf der Kundenseite. Hier ist noch unklar, wer in den heranwachsenden Wertschöpfungsketten die Datenhoheit hat: Der Netzbetreiber, die Vermarktungsgesellschaft à la Mobile Virtual Network Provider (MVNO), der Inhalteanbieter oder der Betreiber des Point of Sale? Offen ist auch, wer innerhalb einer Supply Chain welche Datenteile für welche Zwecke überhaupt nutzen darf. Gleichwohl ist der Hunger der Konsumenten nach konvergenten Services – alles auf einem Endgerät und Kommunikation zu jedem Zeitpunkt – groß. „Der Kunde will alles, aber am liebsten wenig oder nichts dafür bezahlen“, bringt es Experton-Analyst Walters auf den Punkt. Kurz: Content ist zwar King, darf aber möglichst nichts kosten.

„Wer in der multimedialen Welt heute mitspielen will, muss daher radikal umdenken“, wie Jürgen Martin, Corporate Executive Vice President bei Danet, erklärt. Insbesondere TK-Unternehmen, die bisher an der kostenpflichtigen Übertragung von Sprache und Daten kräftig verdient haben, brauchen künftig neue Einnahmequellen. Die werbefinanzierten Geschäftsmodelle seien hier gegenüber den klassischen Bezahlmodellen zu bevorzugen. „Der Werbemarkt in Deutschland hat ein Volumen von über 30 Milliarden Euro“, sagt Martin weiter. „Von diesem Kuchen wollen sich viele Unternehmen ein großes Stück sichern.“ Denn gerade der Online-Werbemarkt ist in den vergangenen Jahren zweistellig gewachsen, Tendenz weiter steigend. Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) erwartet für 2008 einen Anstieg des Gesamtergebnisses um 29 Prozent von 2,9 auf 3,7 Milliarden Euro.

### ■ Abrechnung über gemeinsame Softwareplattform

Erforderlich sei ebenfalls eine flexible Softwareplattform, welche der Veränderungsgeschwindigkeit des Markts Rechnung trägt, wie IDC-Analyst Bieler erklärt. „Um die Angebotsbündel für Triple Play (Fernsehen, Internet und Telefon) oder Quadruple Play (Erweiterung von Triple Play durch mobile Dienste), korrekt und in Echtzeit abrechnen und die Leistungsanteile unter den Partnern aufteilen zu können, müssen bisher existierende Insellösungen miteinander verzahnt werden.“

„Die große Herausforderung bei Internet-Protokoll-Fernsehen (IPTV) ist außerdem die Auslieferung und die Produktion von Content über das IP-Netz in den Endverbraucher-Markt, also das Sicherstellen der Lieferfähigkeit mit einer hohen Qualität“, ergänzt Martin. „Und schließlich will der Kunde am Ende des Monats nur eine Rechnung für alle Dienste bekommen.“ Deshalb muss auch in diesem Bereich nun zusammenwachsen, was zusammengehört. ■



Neue Kommunikationslösung in der Automobilindustrie

# Videoconferencing unterstützt Teamwork

Videokonferenzen sind für international operierende Unternehmen heutzutage ein Muss. Allerdings ist eine standardisierte und herstellerunabhängige Lösung bei den wenigsten Unternehmen im Einsatz. Die BMW Group hat mit Hilfe von Danet ein solches System umgesetzt.

Wenn ein Unternehmen die Internationalisierung ernst nimmt, dann kommt sie um das Thema Videoconferencing nicht mehr herum. Denn es ist ein Unterschied, ob ein Gespräch nur am Telefon geführt wird oder ob sich die Teilnehmer auch tatsächlich sehen. So sind Reaktionen auf Vorschläge, Angebote oder Entscheidungen auch anhand der Körpersprache oder Mimik des Gegenübers erkennbar. Kurz, die Teilnehmer haben den Eindruck, sich leibhaftig in einem Gespräch zu befinden. Die Authentizität einer Videokonferenz schafft auch die wichtige persönliche Nähe, gerade wenn sich die Gesprächspartner noch nie begegnet sind und trotzdem eng zusammenarbeiten müssen.

Diese so genannten weichen Faktoren sind von großer Bedeutung, wenn auch kaum in Zahlen auszudrücken. Mit anderen Worten: In einer rein monetären Kosten-Nutzen-Rechnung tauchen sie nicht auf. Ein messbares Einsparungspotenzial gibt es dagegen auf der Seite der Reisekosten. Zwar reduziert die Kommunikation via Bild nicht immer automatisch die Reisetätigkeit der Mitarbeiter. Sie verhindert jedoch, dass die Reisekosten zum Beispiel im Zuge der Internationalisierung des Unternehmens weiter stark ansteigen.

Wenngleich die Vorteile auf der Hand liegen, heißt das nicht, dass die Mitarbeiter diese Form der Kommunikation auch tatsächlich nutzen. „Denn nur wenn Videoconferencing so einfach ist wie bei-

spielsweise das Telefonieren und wenn der Gesprächsverlauf reibungslos funktioniert, wird es auch genutzt“, erklärt Jürgen Martin, Corporate Executive Vice President bei Danet.

## ■ Räume und Arbeitsplätze verbinden

Hinzu kommt die Problematik der Insellösungen. Bei den meisten Unternehmen existiert eine heterogene herstellerabhängige Technologielandschaft, die nicht übergreifend miteinander vernetzt ist. Das gilt sowohl für die Räume,

in denen Videoconferencing installiert ist, als auch für Desktop-Videoconferencing.

Ziel der Zusammenarbeit der BMW Group mit Danet war es deshalb, eine einheitliche, standardisierte und herstellerunabhängige Nutzung und Durchführung von Videokonferenzen zu ermöglichen – bei maximaler Bedienungs-freundlichkeit. Gleichzeitig sollten eine hohe Verfügbarkeit und Funktionalität gewährleistet sein, die zentral zu managen sind.

„Bis zur Einführung IP-basierter Dienste wie Voice over IP (VoIP) war Videoconferencing jahrzehntelang ISDN-basiert“, sagt Dr. Heinz-Werner Schülting,



Videoconferencing: Aus dem Adressbuch kann der gewünschte Gesprächspartner ausgewählt und die Verbindung hergestellt werden.



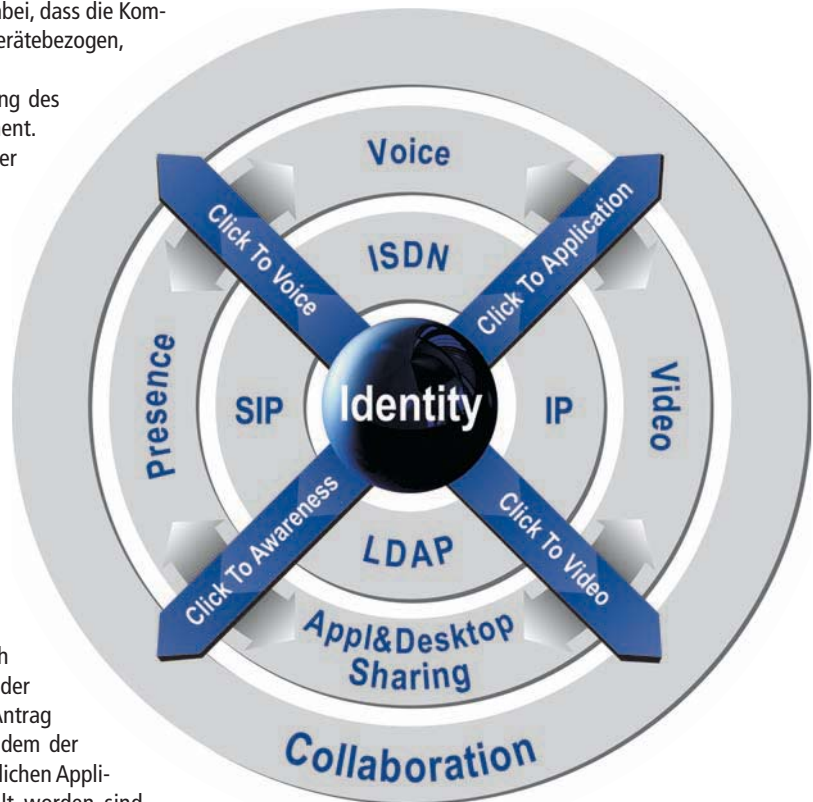
## Technologi Landschaft für Videoconferencing

Bei der Zusammenführung der heterogenen Technologi Landschaft für das Videoconferencing spielte die Integration in bereits bestehende Systeme eine wesentliche Rolle. Ausgangspunkt war dabei, dass die Kommunikation nicht, wie bei ISDN üblich, endgerätebezogen, sondern personenbezogen erfolgt.

Diese Überlegung ermöglichte die Verknüpfung des Videoconferencing mit dem Identity-Management.

Der Anruf erfolgt somit nicht zwangsläufig über eine ISDN-Nummer oder IP-Adresse, sondern über die E-164-Nummer oder beispielsweise auch über die E-Mail-Adresse. Über einen weiteren ITU-T-Standard H.350 gelang es, auf der Basis eines globalen Datenbestands (LDAP) alle Personen des Identity-Managements mit den technischen Objekten der Endgeräte zu verbinden. Damit wurde ein Kern von Informationen erschlossen, die in einem einzigen Portal gebündelt sind, das als zentrale Schnittstelle für alle beteiligten Personengruppen (zum Beispiel für Videoconferencing-Endanwender, Mitarbeiter im Betrieb oder Service Center, Kostenstellenverantwortliche) fungiert.

Der Ablauf für einen neuen Nutzer stellt sich dann folgendermaßen dar: Ein neuer Anwender loggt sich in das Portal ein und stellt einen Antrag auf Videoconferencing am Arbeitsplatz. Nachdem der Antrag genehmigt worden ist und die erforderlichen Applikationen auf den Arbeitsplatzrechner verteilt worden sind, kann sofort mit anderen Teilnehmern oder anderen Videokonferenzräumen via Video kommuniziert werden.



Leiter Business Unit FTC bei Danet. „Im Zuge der IP-Migration sollte auch das Videoconferencing auf dieses Standardprotokoll umgestellt werden.“ Das führte allerdings zu erheblichen technischen Herausforderungen, denn im Gegensatz zu ISDN gibt es bei IP keine globale, einheitliche Rufnummer. Dadurch ist ein IP-basiertes Videokonferenzsystem nicht automatisch in einen weltweiten Rufnummernplan integriert. Außerdem wird bei mobilen Videoconferencing-Endgeräten die IP-Adresse dynamisch vergeben.

### ■ Herstellerunabhängigkeit

Die Lösung für dieses Problem war die Schaffung eines einheitlichen Ruf-

nummernplans auf der Basis einer E-164-Adressierung, eines Standards der International Telecommunication Union (ITU) für die Namenskonvention in IP-Umgebungen. Durch die Zusammenführung von Endanwender-Identitäten und technischen Identitäten der Endgeräte, unabhängig von konkret eingesetzten Produkten, gelang Danet eine herstellerunabhängige Lösung. Das bietet Investitionssicherheit und die Möglichkeit, weiterhin die Systeme verschiedener Hersteller miteinander zu verzahnen.

Auf die standardisierte, herstellerunabhängige Datenbasis kann über ein globales Serviceportal zugegriffen werden. Die Schaffung eines Portals hat noch einen weiteren großen Vorteil: Service und Support lassen sich global managen.

Mittels eines LDAP-Verzeichnisses sind statische und dynamische Kommunikationsdaten gespeichert. Damit ist sofort zu erkennen, wer mit wem über welches Medium kommuniziert.

### ■ Service per Portal

Entscheidend ist auch, dass sich Störungen, Probleme oder Fehler dadurch sehr schnell identifizieren und beheben lassen. Ein Fehler muss innerhalb von zehn Minuten zu beseitigen sein, ansonsten sinkt die Akzeptanz der Anwender für das Medium. Deshalb sind der Support und die hohe Qualität von Videokonferenzen entscheidende Faktoren für die Zufriedenheit der Nutzer. ■

# Wandel zum Logistikdienstleister

Willi Kleinwächter gründete sein Unternehmen 1962 mit einem einzelnen Kipperfahrzeug – heute sind es 120 Fahrzeuge. Dank unternehmerischen Weitblicks ist die Kleinwächter GmbH & Co. KG inzwischen Komplettanbieter von modernen Logistik-Lösungen geworden und erschließt sich mit dem Einsatz von Mobile Computing neue Geschäftsbereiche für die Zukunft.

Für die Transport- und Logistikbranche bieten sich mobile Lösungen geradezu an. Dies erkannte Kleinwächter schon früh und machte mobile Geschäftsprozesse für sich nutzbar. „So können wir Anforderungsprofilen gerecht werden, die vorher noch kein Thema waren“, erklärt Uwe Bender, Mitglied der Geschäftsleitung von Kleinwächter. Als Beispiel nennt er die Übernahme der kompletten Inhouse-Logistik zur Ver- und Entsorgung eines Kraftwerks. Dafür müsse ein Anbieter nicht nur das passende Konzept entwickeln, sondern auch über eine leistungsfähige Transportsteuerung verfügen. „Mittlerweile setzen viele Ausschreibungen ein Telematiksystem voraus“, so Bender. Folgerichtig entschied sich Kleinwächter dafür, eine moderne Dispositions- und Transportmanagementlösung mit mobilen Endgeräten einzuführen.

Der Zuschlag für das Mobile-Computing-Projekt ging an Danet. In einem Workshop wurden zunächst die Anforderungen von Kleinwächter analysiert und es wurde eine Spezifikation erstellt. Parallel dazu wurden die mobilen Endgeräte für die Lkws ausgewählt. Anschließend wurden die Applikationen schrittweise in Betrieb genommen: Import der Stammdaten, Ressourcenplanung, Auftragserfassung, Disposition, Telematik und Rückmeldung an das ERP-System.

Dank der von Danet eingeführten Dispositions- und Transportmanagementlösung kann Kleinwächter durch eine verkürzte und präzisere Rechnungs-

legung („time-to-invoice“) wesentliche Kostenvorteile erzielen. Die Kunden werden zudem umfassend und aktuell zu den jeweiligen Aufträgen informiert und ihre Prozesse direkt an die Dienstleistungen des Transportunternehmens angebunden. Damit wurden Effizienz und Transparenz gesteigert und die Qualität wurde weiter verbessert.

## ■ Effizientere Auftragserfassung

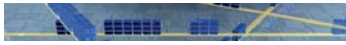
Der Kern der Dispositions- und Transportmanagementlösung ist eine Auftrags-Schnellerfassung, angebunden an die vorhandene ERP-Software. In der

Auftragserfassung kann Kleinwächter Produkte flexibel bestimmen und verwalten. Neben der Möglichkeit, Produkte in einem Baukastensystem zu definieren, bietet die Lösung auch weit gehende Plausibilitätskontrollen für die Disposition und den Ressourceneinsatz. Dies erlaubt eine effizientere Auftragserfassung und eine deutlich bessere Qualität der Auftragsdaten.

Diese werden vom Vertrieb über die Übertragungstechnologien GSM (Global System for Mobile Communications) und GPRS (General Packet Radio Service) an die Lkw-Fahrer übermittelt. In Verbindung mit der Ortung des jeweiligen Lkws über GPS (Global Positioning System) verkürzt



Kleinwächter-Flotte: Mobile Geschäftsprozesse sorgen für einen effizienten Ressourceneinsatz.



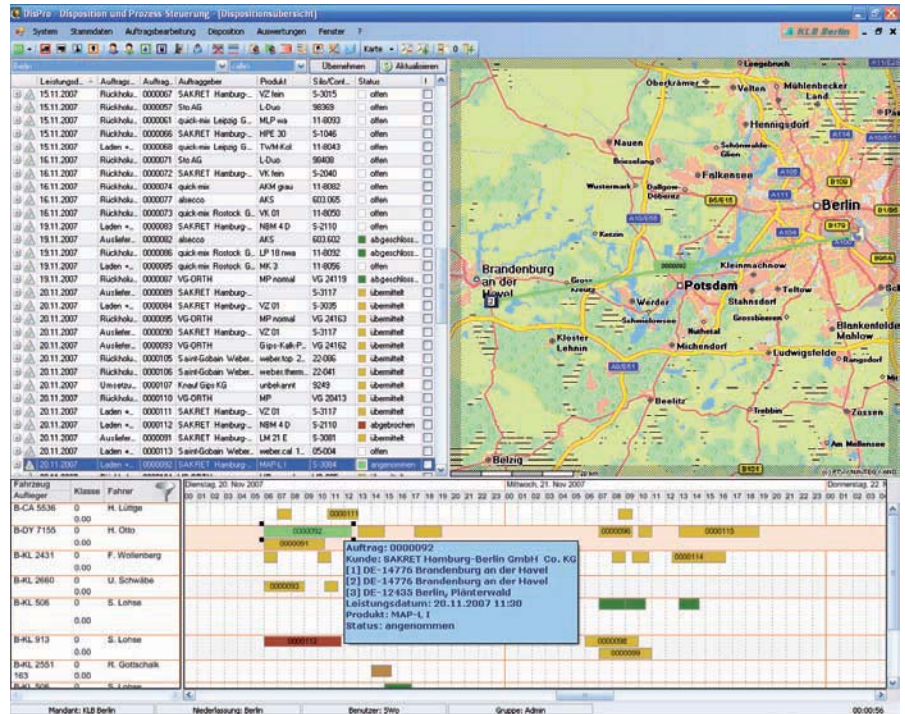
dies die Reaktionszeiten und schafft völlige Transparenz der Auftragsabwicklung. Der aktuelle Stand der Aufträge steht auch den Kunden zur Verfügung. Sie wissen somit, wann eine Lieferung eintrifft, und können die Wege zu Baustellen rechtzeitig freiräumen. Und auch die Bereitstellung von Baustellen-Mobililos kann effizienter gesteuert werden, da stets aktuelle Daten zu Füllständen und Aufträgen für die Nachfüllung der Behälter verfügbar sind.

In der Dispositions- und Transportmanagementlösung werden die Geschäftsprozesse von der Auftragsfassung über die Disposition bis zur Ressourcenverwaltung vollständig automatisiert abgewickelt. Der Status der Aufträge kann dadurch ebenso abgerufen werden wie zugehörige Lieferfristen. Zudem werden alle Vorgänge auf Plausibilität geprüft. Kritische Vorgänge können dank eines Eskalationsmechanismus rechtzeitig bearbeitet werden. Mittels Auswertung der Informationen zur Auftragsbearbeitung lassen sich Optimierungspotenziale bei den Transportabläufen identifizieren.

## ■ Vertrieb wird Beratung

„Unsere Vertriebsmitarbeiter werden zu aktiven Kundenberatern“, erläutert Bender. „Sie können Wartezeiten aufspüren oder Umwege aufzeigen.“ Durch die automatische Steuerung werde die Erledigung von Transportaufträgen fast zur Nebensache. In den Vordergrund rückten vielmehr die Kundenberatung und die Analyse der Logistikkette zur Vermeidung von Lieferengpässen.

Im Ergebnis bedeutet dies eine hohe Termintreue und folglich eine bessere Entscheidungsgrundlage für die Kunden. Die Kosten jedes einzelnen Auftrags und jedes Beförderungsmittels werden transparent, was über Disposition und Nachkalkulation der Wettbewerbsfähigkeit zugute kommt. „Wir erhalten eine Datendrehscheibe für uns und unsere Kunden“, ergänzt Bender, „die ihnen und uns eine exakte Entscheidungsgrundlage bereitstellt.“



Mit der modernen Dispositions- und Transportmanagementlösung von Danet ist der aktuelle Status der einzelnen Aufträge jederzeit nachvollziehbar.

„Die Dispositions- und Transportmanagementlösung bringt nicht nur mehr Transparenz und eine zügigere Prozessbearbeitung, sie ermöglicht überhaupt erst die Ausführung von Aufträgen einer neuen Größenordnung“, so Bender. Mit der Übernahme der kompletten Logistik seiner Kunden erzielt Kleinwächter zusätzliche Umsatzerlöse. Gleichzeitig intensivieren sich die Kundenbeziehungen, vielfach werden direkt Aufträge erteilt, die über mehrere Jahre laufen.

Für das Unternehmen ergeben sich daraus völlig neue Entwicklungsperspektiven. Kleinwächter positioniert sich als Komplettanbieter moderner Logistik-Dienstleistungen, der in den vergangenen beiden Jahren jeweils eine Umsatzsteigerung von 20 Prozent erzielte und seine Flotte auf 120 Fahrzeuge fast verdoppelte. „Dies wäre ohne eine leistungsfähigere Dispositions- und Transportmanagementlösung nicht zu bewerkstelligen. Wir haben mit Mobile Computing die Voraussetzung für weiteres Wachstum und eine neue Ausrichtung des Unternehmens geschaffen“, lautet Benders Fazit.

## TERMINE

### konaktiva

6. bis 8. Mai 2008  
darmstadtium, Darmstadt

Bereits zum 20. Mal findet die konaktiva, eine der größten studentisch organisierten Unternehmenskontaktmessen Deutschlands in Darmstadt statt. Danet beteiligt sich am 7. Mai mit einem Vortrag über Einstiegs- und Karrierechancen im neuen Wissenschafts- und Kongresszentrum darmstadtium.

[www.konaktiva.tu-darmstadt.de](http://www.konaktiva.tu-darmstadt.de)

## Impressum

Herausgeber: Danet Group  
Gutenbergstraße 10, 64331 Weiterstadt  
Chefredaktion: Jürgen Martin, Tel: 0 61 51/8 68-144  
E-Mail: Presse@danet.de  
Konzept und Umsetzung: CO.IN.MEDIEN GmbH  
Agentur und Verlag für Unternehmenskommunikation  
Redaktion: Dr. Dieter Hoffmann, Markus Reppner,  
Bernd Seidel, Peter Verclas  
Druckerei: Chmielorz, Wiesbaden