eNventa MAGAZIN

2/2021

Für Interessenten und Kunden
von Nissen & Velten und Partnern

Digitale B2B-Marktplätze

Chancen und Herausforderungen

HEES+PETERS
Weichen für die Zukunft gestellt

Aichinger
eNVenta in der Cloud

Pfahlbauten und Einbäume
Jungsteinzeit am Bodensee

Ihr Partner für anspruchsvolle Softwarelösungen für den Mittelstand

ERP NOVUM
INNOVATION AUS ERFAHRUNG

Die ERP Novum GmbH hat sich auf die Entwicklung, den Vertrieb und die Implementierung von Unternehmenssoftwarelösungen auf Basis des Produkts eNVenta ERP der Nissen & Velten Software GmbH spezialisiert. Wir sind ein Team von 21 Mitarbeitern, die vom hessischen Liederbach sowie vom nordrhein-westfälischen Düren aus für Sie tätig werden.

Branchenlösungen für den Multi-Channel-Handel und Versandhandel, den technischen Großhandel sowie den Papier- und Verpackungshandel bilden das Kernangebot von ERP Novum. Als Strategy Partner verfügt ERP Novum über den höchsten Partnerstatus mit dem das Softwarehaus Nissen & Velten Partner zertifiziert. Die Expertise, die wir in einer langjährigen und erfolgreichen ERP-Projektpraxis erworben haben, setzen wir ein, um Ihre Anforderungen passgenau zu erfüllen.

Zu unseren Kunden zählen beispielsweise der Papier- und Verpackungsgroßhändler Moosmann, die Musik Meyer-Unternehmensgruppe sowie die Produktionsverbindungshändler Eurofer und Vomberg. Der eNVenta-Anwender Jungheinrich Profishop, das B2B-Versandhandelsunternehmen der Jungheinrich AG, wird ebenfalls von ERP Novum betreut.

Was können wir für Sie tun?

ERP Novum GmbH
Höchster Straße 94
65835 Liederbach am Taunus

Kostenlose Rufnummer:
0800-954 99 99
info@erp-novum.de

www.erp-novum.de

Liebe Leserin, lieber Leser,

wer hätte im Februar 2020 gedacht, dass ein neues, noch unbekanntes Virus aus Asien so langanhaltende und so gravierende Wirkungen auf Wirtschaft und Gesellschaft haben würde? Fast eineinhalb Jahre später zeichnet sich zumindest in Mitteleuropa eine gewisse Entspannung der Lage ab. Nicht zuletzt sorgt das zunehmende Impfstoffangebot dafür, dass scheinbar selbstverständliche Vergnügungen und Steckenpferde aus der Zeit „vor der Pandemie“ wieder greifbar und möglich werden. Im globalen Maßstab wird es wohl noch einige Zeit dauern, bis die Pandemie vollständig unter Kontrolle ist.

Manches wird sich aber auch langfristig ändern: Dienstreisen werden wohl auch in Zukunft häufiger mal durch Videokonferenzen ersetzt, Bildungsangebote werden digitaler und auch die Umsätze im E-Commerce werden wohl weiter zunehmen. Der Webshop eNVenta eGate wird nicht nur deshalb kontinuierlich weiterentwickelt. Die Neuheiten finden sich im aktuellen eNVenta-Magazin. Ein weiteres zentrales E-Commerce-Thema sind digitale B2B-Marktplätze: Sie spielen eine wachsende Rolle und auch ihre Zahl steigt aktuell an. Welche Plattformen im deutschsprachigen Raum relevant sind und wie sie von Fachhandelsunternehmen genutzt werden, das wird im neuen Magazin unter die Lupe genommen.

Wir wünschen Ihnen eine informative Lektüre, erfolgreiche Geschäfte und nicht zuletzt einen erholsamen Sommer!

Jörg Nissen & Günter Velten

Über Nissen & Velten

Die Nissen & Velten Software GmbH unterstützt ihre Kunden dabei, die Chancen der digitalen Transformation zu ergreifen. Seit 30 Jahren produziert das inhabergeführte Softwarehaus innovative Business-Lösungen für mittelständische Unternehmen. Am Firmensitz in Stockach sowie der Niederlassung in Osnabrück beschäftigt Nissen & Velten 90 Mitarbeiter.

Die Software eNVenta ist „Made in Germany“. eNVenta bietet smarte Lösungen für ERP, CRM, Logistik, E-Commerce und Stammdaten-Management. Durch das breite Lösungsportfolio und die offene Architektur unterstützt eNVenta die Digitalisierungsstrategien der Anwender und liefert ihnen alle Instrumente für flexible und schnelle Kommunikationswege sowie durchgängige Prozessketten. Ein Portfolio vorkonfigurierter Branchenlösungen vervollständigt das Angebot.

Nissen & Velten sowie die 15 eNVenta-Vertriebspartner in Deutschland, Österreich und der Schweiz mit über 100 Experten beraten Neu- und Bestandskunden bei der Optimierung ihrer Geschäftsprozesse und führen die Software strukturiert ein. Gemeinsam betreuen sie heute mehr als 350 Unternehmen, welche erfolgreich mit eNVenta arbeiten.

www.nissen-velten.de

Inhalt

eNVenta eGate
Neue Schnittstellen und Webdesign per Mausklick 6

Digitale B2B-Marktplätze
Chancen und Herausforderungen 8

Überblick
B2B-Marktplätze in Deutschland 12

Mitarbeiterin im Porträt
Vertrieb national, Abenteuer global 14

HEES + PETERS
Weichen für die Zukunft gestellt 16

News
u.a. eNVenta eGate bei Von der Heydt 18

Aichinger
eNVenta in der Cloud 19

Bernd Rech
über nachhaltige ERP-System-Auswahl 20

News
u.a. Amazon geht mit KI in die Industriewartung 23

Rund um den Bodensee
Pfahlbauten und Einbäume 24

Für Sie gelesen
„Geniale Betrüger“ 30

Abonnieren Sie unseren Podcast-Channel:
www.nissen-velten.de/mediathek/podcasts/

BIZOLUTION

Bizolution: Ihr eNVenta-Spezialist für Produktion und industrienahe Dienstleistungen

Unsere Produktionslösungen auf Basis von eNVenta ERP bieten umfangreiche Funktionalitäten: Dazu zählen beispielsweise die Erzeugung und das lückenlose Management von Chargen und Seriennummern, die fertigungsbezogene Kommissionierung von Rohmaterial, die teilautomatisierte externe Fertigung inklusive Sammel-Bestellung beziehungsweise Beistellung, eine Buchungssteuerung der Betriebsaufträge via BDE sowie eine CAD-Schnittstelle. Unser eNVenta-Modul Technischer Service unterstützt Hersteller, Händler und Dienstleister. Unternehmen erhalten damit das Werkzeug für ein erfolgreiches After-Sales-Management an die Hand!

Wie können wir Ihre Unternehmensprozesse optimieren?
Sprechen Sie uns an!

BIZOLUTION GmbH
Ulmer Str. 80
73431 Aalen

Tel: +49 (7361) 92189-0
Fax: +49 (7361) 92189-19
E-Mail: info@bizolution.de

www.bizolution.de

eNVenta eGate

Neue Schnittstellen und Webdesign per Mausklick

Nissen & Velten hat den B2B-Webhop eNVenta eGate in der aktuellen Version um weitere Funktionalitäten ergänzt. Neu ist etwa die OSD-WEB-Service-Schnittstelle. Mit ihrer Hilfe können holzverarbeitende Betriebe mit der Branchensoftware OSD-ERP im Webshop ihres Großhändlers Bestellungen aufgeben. Neu ist auch das Retouren-Management in eNVenta eGate. Schließlich lassen sich attraktive Designs für den Webshop, so genannte Themes, mit Online-Generatoren selbst gestalten und live schalten.

Mit der neuen Version ist das Portfolio der E-Commerce-Schnittstellen weiter ausgebaut worden. So können nun auch holzverarbeitende Unternehmen, welche die Branchensoftware des Unternehmens OS Datensysteme nutzen, Bestellungen – etwa von Material oder Werkzeugen – direkt aus ihrem System an ihren Fachhändler senden. Dem Anwender werden dabei seine individuellen Preise sowie die Verfügbarkeit der Artikel auf Basis der hinterlegten Daten in eNVenta eGate angezeigt.

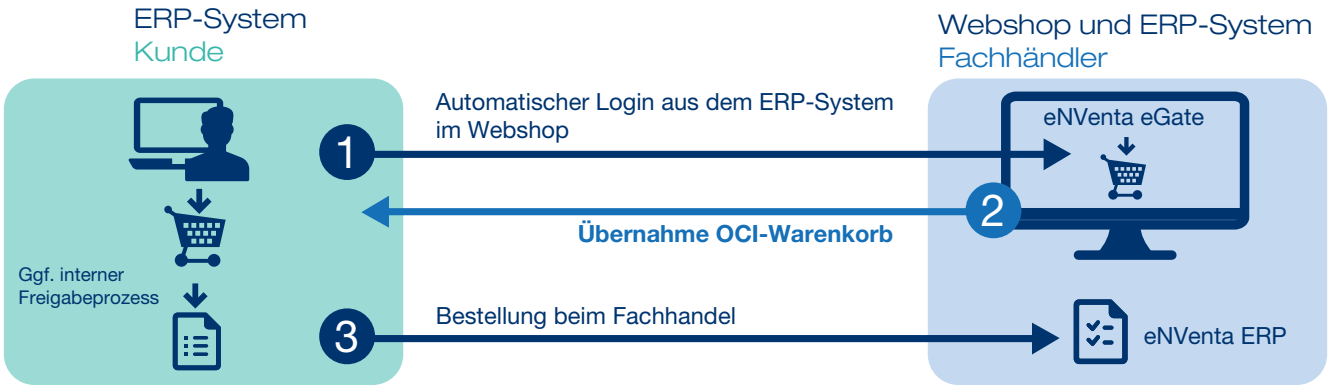
Eine ähnliche Integrationslösung besteht bereits mit der IDS-connect-Schnittstelle. Diese macht die Kommunikation zwischen vielen Softwarelösungen des Handwerks, insbesondere aus der Haustechnik, und eNVenta eGate möglich. Auch hier vereinfacht der Handwerker seine Prozesse, da eine Bestellung sofort in seiner eigenen Software verbucht wird. Auch die OCI-Schnittstelle, die vor allem von Kunden mit SAP-Systemen genutzt wird, erlaubt den Einkauf im Webshop mit der Benutzerober-fläche der eigenen ERP-Software. Dabei wird kein klassischer Bestellvorgang ausgelöst, sondern eine Übertragung des Webshop-Warenkorbs in das SAP-System. Diese individuell konfigurierbaren E-Commerce-Lösungen stärken die Bindung des Kunden an seinen Händler.

Weitere interessante eGate-Funktionalitäten für den Handel sind die PayPal-Zahlung und zwei Schnittstellen zu nexmart, welche die Anzeige aktueller Hersteller-Produktdaten im Webshop beziehungsweise die Anzeige des Händlers als Bezugsquelle auf der Website des Herstellers erlauben. Außerdem ist die Darstellung von Herstellerkatalogen im Webshop möglich. Hierfür wird eine Schnittstelle zur Lösung Oxomi der Scireum GmbH angeboten. Dadurch verfügt der Händler automatisch immer über die neuesten Kataloge, Bilder und Videos von Herstellern und Verbundgruppen in seinem Webshop. Alle Schnittstellen lassen sich vom Fachhandel in Ergänzung zur monatlichen Basismiete des Webshops kurzfristig hinzubuchen und umgehend einrichten.

Kunden erfassen ihre Retouren selbst

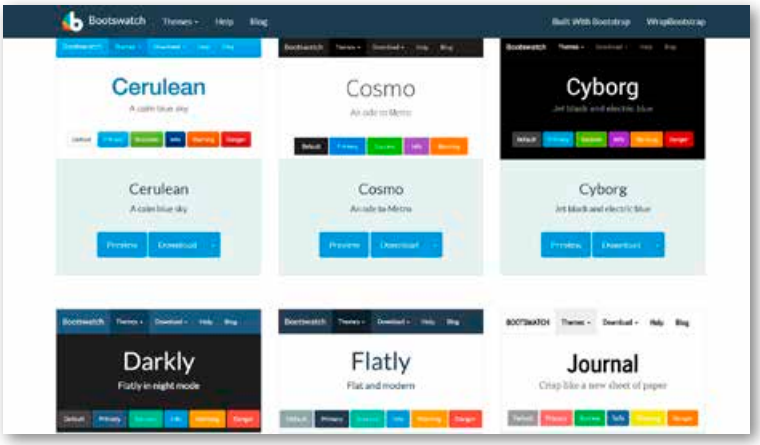
Ein wesentliches Merkmal von eNVenta eGate ist das Kundenportal, wo sich viele Prozesse als Self-Services anstoßen lassen. Neu in der aktuellen Version ist das Retouren-Management. Retouren führten in der Praxis bislang zu einem erhöhten Kommunikationsaufwand und hohen Prozesskosten. Egal ob es um die Reklamation beschädigter Ware oder die Rückgabe zu viel bestellter Ware geht: Der Kunde des Handels kann nun im Webshop aus der Liste der Auftragspositionen den entsprechenden Artikel auswählen sowie den Grund für die Retoure anklicken. In eNVenta ERP wird nun die Retoure mit einem Verweis auf die Bestellung beziehungsweise die Positionen der Bestellung erzeugt.

Mit der Integration des eigenen Webshops in die Warenwirtschaftssysteme der Kunden kann der Fachhandel die Kundenbindung intensivieren. Dargestellt ist die Funktionsweise der OCI-Schnittstelle.



Der Kunde erhält eine E-Mail, die ihm den Eingang seiner Retoure bestätigt. Generell können die Kunden alle ihre individuellen Angebote, Aufträge, Rahmenaufträge, Rechnungen, Lieferscheine und Retouren mit dem aktuellen Status im Webshop abrufen.

Webdesign mit Generatoren



Mit freien Generatoren im Internet, hier die Seite Bootswatch, lassen sich Webshops auf Basis von eNVenta eGate ansprechend gestalten.

Schließlich lassen sich auch attraktive, kundenspezifische Designs des Webshops ohne hohe Gestaltungs- und Programmierungskosten selbst erstellen. eNVenta eGate baut auf Bootstrap auf, einem Framework zur Gestaltung von Web-Frontends. Mit Hilfe von frei verfügbaren Generatoren im Internet lassen sich per Mausklick professionelle Webdesigns auf Basis der Standards HTML und CSS gestalten, importieren und anschließend kostenlos im eigenen Webshop nutzen.

Jörg Nissen, Geschäftsführer von Nissen & Velten, sagt über eNVenta eGate: „Die Bedeutung von E-Commerce und Multichannel-Handel ist in der Pandemie noch einmal deutlich gewachsen. Unser Vertrieb erlebt aktuell in Gesprächen mit Interessenten, dass die nahtlose Integration von ERP-System und Webshop zu einem ausschlaggebenden Punkt bei der Systemauswahl wird.“

Rainer Hill

Digitale B2B-Marktplätze

Chancen und Herausforderungen für den Fachhandel

Die Zahl der B2B-Marktplätze im deutschsprachigen Raum hat in den vergangenen Jahren deutlich zugenommen. Einige agieren als Generalisten, andere haben eine branchenfokussierte Ausrichtung. Zum Teil gibt es fließende Übergänge zu E-Procurement-Plattformen. Für den Fachhandel sind sie anspruchsvolle Vertriebskanäle, die Exzellenz in der Logistik und hochwertige Produktdaten erfordern. Gleichzeitig werden die Wettbewerbssituationen komplexer – sei es, weil Hersteller ihre Produkte direkt auf diesen Plattformen vertreiben oder weil Marktplatzbetreiber zugleich auch als Wettbewerber agieren.

Ein Unternehmen, welches schon sehr früh und konsequent auf eine breite Auswahl von Internet-Marktplätzen im Geschäfts- und im Privatkundenbereich gesetzt hat, ist der Fachhändler Löchel Industriebedarf. Der eNVenta-Anwender mit Sitz im niedersächsischen Sulingen, 50 Kilometer südlich von Bremen, hat sich damit überregional neue Absatzkanäle und Umsatzpotenziale erschlossen. Geschäftsführer Christian Löchel betont im Gespräch vor allem eine Grundvoraussetzung für gelingende E-Commerce-Strategien. Er sagt: „Die Daten sind es, worauf es ankommt. Wenn wir es verstehen, die Produktdaten gut aufzubereiten oder möglichst gut zu bekommen und über unser ERP-System in die entsprechenden Onlinekanäle zu lancieren, dann ersetzt uns das unter anderem entsprechende Ressourcen im Außendienst."

Die Logistik muss natürlich ebenso gut aufgestellt sein. Wer nicht umgehend liefert, wird zumindest auf B2C-Marktplätzen schnell mit schlechten Bewertungen abgestraft. Obwohl das Unternehmen nicht groß ist, bildet Löchel Industriebedarf systematisch E-Commerce-Kaufleute aus, und baut damit das Know-how im Unternehmen auf. Das zahlt sich aus: Im vergangenen „Corona-Jahr" lag der E-Commerce-Umsatzanteil erstmals bei 50 Prozent.

Deutlich selektiver setzt das Unternehmen Rothhaas auf B2B-Marktplätze. Der eNVenta-Anwender aus dem rheinland-pfälzischen Diez, unweit von Limburg, hat seinen Kundenschwerpunkt in der Industrie. Geschäftsführer Stefan Seck berichtet, dass sich sein Unternehmen von einigen Marktplätzen, auf denen es schon sehr früh vertreten war, bereits wieder verabschiedet habe. Er sagt dazu: „Ich muss mir überlegen, was ich als Lieferant mit einem Marktplatz bezwecken will. Will ich mit der Schrotflinte so viele Kunden, wie möglich treffen, dann muss ich auf Amazon Business oder Mercateo aktiv werden. Oder möchte ich für meine Kunden oder für die Kunden, mit denen ich zusammenarbeiten möchte, in Richtung Prozessoptimierung und strategischer Einkauf gehen". Dann seien andere Plattformen interessanter. Rothhaas arbeite sehr erfolgreich mit dem Marktplatz Ariba und habe Kunden auch über Simple System sowie über eine spezielle Variante von Mercateo, bei der das Unternehmen nur für den Kunden sichtbar sei, angebunden. Sein Fokus gehe also weg vom Produkt und dem Preiskampf auf Marktplätzen und hin zu den Prozessen.

Stefan Seck, Geschäftsführer der Rothhaas Technischer Fachhandel GmbH, setzt auf Kontinuität in den Kundenbeziehungen.

Über die zukünftige Entwicklung sagt er: „Der Kunde, der keinerlei Dienstleistungen benötigt, den werden wir als Fachhandel auf lange Sicht verlieren. Bei dem Kunden, der seine Gesamtkosten betrachtet, und nicht nur den reinen Einkaufspreis, sieht

es anders aus“. Man dürfe nicht vergessen, dass nur fünf Prozent der gesamten Herstellungskosten eines Produkts auf Werkzeuge und Betriebsmaterialien entfallen. Entscheidend sei deshalb nicht der Einkaufspreis, sondern die gesamte Prozesskette. In diesem Kerngeschäft der MRO-Teile versuche sich Rothhaas jeweils ganz individuell an die Prozesse des Kunden anzudocken. In der partnerschaftlichen B2B-Anbindung liege das Wachstumspotenzial des Unternehmens.

Bedrohung oder Umsatzpotenzial?

Noch vor wenigen Jahren herrschte im Produktionsverbindungshandel ein pessimistisches Stimmungsbild vor, was die zunehmende Relevanz preisaggressiver Online-Player und Internet-Marktplätze betraf: Als die Unternehmensberatung Roland Berger und der Bundesverband Großhandel, Außenhandel, Dienstleistungen (BGA) im Jahr 2016 im Rahmen einer großen Studie die Frage stellten, ob das klassische Geschäftsmodell des Großhandels durch digitale Plattformen bedroht sei, antworteten in der Teilgruppe „Produktionsverbindungshandel“ immerhin 55 Prozent der Befragten mit „Ja“. Gleichzeitig nutzten bereits 25 Prozent der Befragten diese Plattformen. Diese Ambivalenz dürfte auch heute noch bei vielen Händlern vorzufinden sein. Die stille Befürchtung, dass ein Monopolist den Fachhandel von seinen Kundenbeziehungen abschneiden könnte, dürfte heute weniger virulent sein.

Die vor fünf Jahren in der Studie aufgeworfene Frage nach Gültigkeit der traditionellen volkswirtschaftlichen Funktionen des Handels wird allerdings weiter diskutiert und kontrovers beantwortet. Eine Herausforderung für den Fachhandel ist die aktive Teilnahme von Herstellern an Marktplätzen – also die Abkehr vom dreistufigen Vertrieb. Wo Hersteller durch aggressive Preispolitik auf Plattformen Marktanteile erobern wollen, bleibt für eine auskömmliche Kalkulation des Fachhandels wenig Luft. Eine Entwicklung, von welcher der Computerfachhandel bereits vor Jahren betroffen war. Hier beklagten schon damals Betroffene, dass die Verkaufspreise für Notebooks beim weltgrößten Online-Händler unterhalb ihrer Einkaufspreise lägen.

B2B-Marktplätze im Wandel

Das Angebot der B2B-Marktplätze in Deutschland ist im Wandel begriffen. Der Marktplatz Mercateo ist als Pionier bereits seit 1999 in Deutschland aktiv. Das Unternehmen hat das Ende des ersten E-Business-Booms in Deutschland überlebt und verfügt seit drei Jahren mit der E-Procurement-Plattform Unite über eine Schwesterlösung. Viele weitere Marktplätze sind in den vergangenen sechs Jahren in Deutschland aktiv geworden. Dazu zählen nicht nur das globale Schwergewicht Amazon Business, sondern auch deutsche Gründungen wie WUCATO und Conrad. Die Zahl der aktiven B2B-Online-Marktplätze in der DACH-Region, so die Zahlen einer aktuellen Studie, ist in den letzten fünf Jahren von mehr als 15 auf 40 angestiegen. Zugleich sind auch immer wieder Plattformen gescheitert. Der mit viel Aufmerksamkeit gestartete und 2017 nach zwei Jahren schon wieder stillgelegte Markplatz Procato ist dafür ein prominentes Beispiel. Procato war von Lieferanten des Produktionsverbindungshandels wie beispielsweise Bosch, Kärcher und Festool auf die Beine gestellt worden. Der von der

Für Georg Delker, Geschäftsführer der Friedrich Delker GmbH & Co. KG, stehen steigende E-Business-Umsatzanteile für eine zukunftsfähige Entwicklung.

Verbundgruppe E/D/E parallel gestartete Marktplatz Toolineo ist hingegen immer noch am Markt aktiv, hat aber nicht die Bedeutung erlangt, die man sich bei der Gründung in Wuppertal wohl erhofft hatte. Die Stahlhandelsplattform Mapudo ist nach fünf Jahren Aufbau im Jahr 2019 stillgelegt worden. Dennoch entstehen im B2B-Segment immer neue, zum Teil hochspezialisierte, Marktplätze. Beispielsweise steht die „Pro"-Variante des französischen Marktplatzes ManoMano offenbar vor dem Eintritt in den deutschen Markt. Eine Monopolisierung des B2B-Segments ist nicht erkennbar. Im Gegenteil: Die Unternehmensberatung ecom consulting und das Technologieunternehmen gominga postulieren in ihrer im vergangenen Jahr erschienenen Marktplatzstudie ein Wachstum von B2B-Marktplätzen in den kommenden fünf Jahren und darüber hinaus. Hier, so die Studie, würden sowohl Händler verschiedenster Kategorien als auch Hersteller versuchen, Plattformlösungen im Markt zu errichten und sich dadurch früher vor „Disruptoren" zu schützen, als dies den etablierten Playern im B2C-Bereich gelungen sei. Der B2B-Markt sei ein immenser Wachstumsmarkt, der allein im C-Teile-Bereich ein Vielfaches vom B2C-Volumen ausmache. Und, so eine weitere Diagnose der Studie, Marktplätze und E-Procurement-Plattformen verschwömmen im B2B-Segment stark miteinander. Tatsächlich sind hier bei einigen Anbietern Mischformen und Erweiterungen des Marktplatzmodells auf dem Vormarsch.

Kein Monopol in Sicht

Im Gegensatz dazu erwarten die Autoren im B2C-Bereich eine Marktbereinigung. Sie schreiben: „Meistens können zwei oder drei dominante Player nebeneinander koexistieren. Aber der Markt beziehungsweise die einzelnen Kategorien benötigen sicherlich keine 20 Generalisten und jeweilige Spezialisten". Von einer solchen Konsolidierungswelle ist das B2B-Segment momentan weit entfernt. Auch Lars Schade, Geschäftsführer Lieferantenmanagement bei Mercateo, schätzt die Lage so ein, dass die Entwicklung vom Online-Händler zum Marktplatz im B2B-Bereich noch am Anfang steht. Er betont: „Die Neutralität einer Plattform wird bei der Entwicklung im B2B eine wesentliche Rolle spielen. Wir haben unsere Plattform zu einem Netzwerk ausgebaut und werden damit den Wünschen auf Kunden- und Anbieterseite nach Digitalisierung der individuellen Geschäftsbeziehungen gerecht. Also nicht ein Angebot für alle." Damit sehe sich das Unternehmen für die Zukunft sehr gut aufgestellt und gehe von einem sich weiter beschleunigendem Wachstum aus.

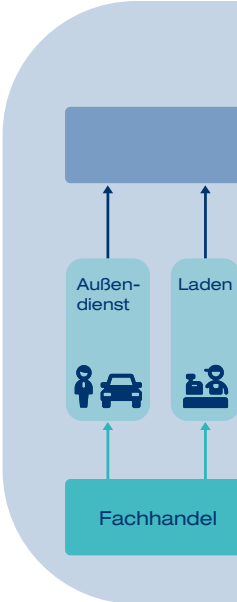
Der dreistufige Vertrieb ist nicht mehr unangefochten. Ein Webshop ist heute Pflicht im Produktionsverbindungshandel, um den Kunden einen 24-Stunden-Vertriebskanal zu bieten und Marktanteile zu verteidigen.

Zukunft E-Business

Ein weiteres Fachhandelsunternehmen, welches erfolgreich im Plattform-Business unterwegs ist, ist die Friedrich Delker GmbH & Co. KG, ein eNVenta-Anwender mit 130 Mitarbeitern. Der technische Händler mit Sitz in Essen ist auf rund 40 Marktplätzen und Plattformen mit mehreren hundert elektronischen Katalogen bei seinen Kunden sehr erfolgreich unterwegs. Da überrascht es nicht, dass das Unternehmen fast 80 Prozent der Kundenbestellungen auf elektronischen Wegen erhält. Geschäftsführer Georg Delker sagt dazu: „Mittlerweile hat das Thema E-Business bei uns einen Umsatzanteil von fast 20 Prozent und wir erwarten, dass in den nächsten zehn Jahren dieser Anteil in Richtung 50 Prozent wachsen wird. Dies bedeutet für uns Zukunft und eine zukunftsfähige Entwicklung."

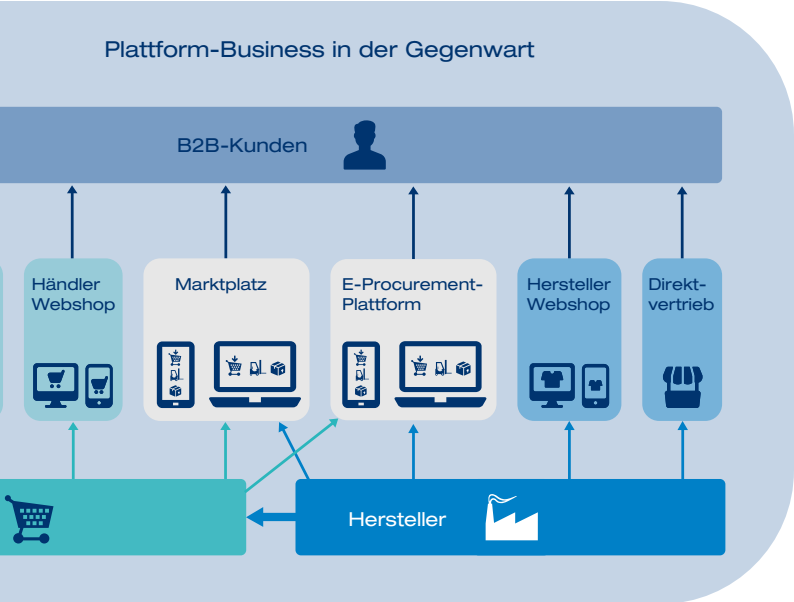
Umsatztreiber und Schaufenster

Für Unternehmen mit schlanken Prozessen und leistungsfähiger Logistik lassen sich auf Marktplätzen zusätzliche Umsätze erzielen. Tatsächlich aber sind Marktplätze im engeren Sinne und die mit ihnen einhergehende Transparenz von Angeboten und Preisen nur eine Facette der Digitalisierung des Geschäftes. Gerade bei relativ geringwertigen Artikel fallen der Zeitaufwand für die Recherche und die Bestellung von Produkten, also die Kosten des Beschaffungsprozesses, deutlich stärker ins Gewicht als etwaige Vorteile durch Preisvergleiche. Und so spielen Single Creditor-Modelle, in denen der Marktplatzbetreiber gegenüber dem Einkäufer die Rolle des Verkäufers einnimmt und die Warenkörbe bei verschiedenen Marktplatzteilnehmern bündelt, eine zunehmende Rolle. Auch die Bereitstellung der technischen Infrastruktur selbst, welch die sichere Transaktion mit multiplen Lieferanten gewährleistet, spielt bei der Wertschöpfung keine geringe Rolle und führt zu eigenen Geschäftsmodellen.



Der Wettbewerb um die „Schnittstelle" zum Kunden wird härter: Die Beziehungen zu Kunden und zu Lieferanten werden für den Fachhandel in einer Plattform-Welt komplexer und es entstehen neue Wettbewerbssituationen.

Ob Marktplätze aufgrund ihrer großen Reichweite für Fachhändler auch geeignet sind, neue Stammkunden zu gewinnen, darüber gehen die Ansichten auseinander. Logisch erscheint immerhin, dass kleinere Händler über E-Procurement-Plattformen und Single-Creditor-Modelle an sehr große Kunden liefern können, für die sie sich aufgrund ihrer geringen Größe womöglich nicht per se als Lieferanten qualifiziert hätten. Dennoch dürfte für den Fachhandel dort, wo er dem Kunden Mehrwerte bieten kann, der direkte Kundenkontakt der Königsweg bleiben. Ob hierfür gegebenenfalls eine E-Procurement-Plattform benötigt wird oder die Etablierung direkter elektronischer Verknüpfungen, etwa zwischen dem Webshop des Fachhändlers und dem ERP-System des Kunden, bevorzugt wird, hängt im Einzelfall von der Unternehmensgröße des Kunden und der Organisation seines Einkaufs ab. Punchout-Schnittstellen wie OCI oder ähnliche zu Branchenlösungen des Handwerks, werden beispielsweise von Fachhändlern, die den Webshop eNVenta eGate einsetzen, erfolgreich



genutzt. Im Laufe der weiteren Entwicklung werden sich die Formen der Interaktion durchsetzen, die effektiv sind und bei denen die beteiligten Partner einen Teil zur Wertschöpfung beisteuern können. Klar ist, dass mit Omnichannel-Angeboten immer mehr Wege zum Kunden sauber abgebildet werden müssen. Eine weitgehende Automatisierung von Routineprozessen hilft dabei, die Prozesskosten niedrig zu halten und die Handelsmarge zu verteidigen.

Rainer Hill

Warum Mapudo gescheitert ist

Christian Sprinkmeyer, einer der Gründer von Mapudo, hat auf dem Nachrichtenportal medium.com einen Beitrag über die Gründe für das Scheitern des Stahl-Marktplatzes verfasst. Zusammengefasst gehen seine Überlegungen in zwei Richtungen. Die eine bezieht sich auf die Spezifika von Stahlprodukten: Produktartikelnummern und EAN-Codes würden nur selten verwendet. Der Marktplatz sei deshalb zu spät auf ein Konfigurator-basiertes Angebotsvergleichsmodell umgestellt worden. Der zweite Aspekt bezieht sich auf den Stahlhandel selbst. Dieser habe einen hohen Anteil an Stammkunden und enge Beziehungen zu diesen Kunden. Die Nutzer hätten Mapudo deshalb vor allem für sekundäre Bedarfe genutzt. Wörtlich schreibt er: „Da die Branche im Allgemeinen durch eher geringe Margen gekennzeichnet ist, ist es für eine Plattform schwierig, eine substanzielle Transaktionsgebühr zu verdienen und gleichzeitig Anreize für Lieferanten zu schaffen, wettbewerbsfähige Preise transparent auf einer öffentlichen Online-Plattform anzubieten“.

Quelle: https://medium.com

Studie zu digitalen Marktplätzen

Die im Beitrag ausführlicher zitierte Studie „Die Marktplatzwelt 2020 – hochdynamisch, vielschichtig & disruptiv“ bietet interessante Zahlen und Einschätzungen. Die Autoren stammen von der Unternehmensberatung ecom consulting und der gominga eServices GmbH, die sich auf die Nutzung von Online-Rezensionen spezialisiert hat.

Die Studie lässt sich kostenlos herunterladen: https://gominga.com/wp-content/uploads/2020/04/gominga-Marktplatzstudie2020.pdf

Überblick

B2B-Marktplätze in Deutschland

Nachfolgend werden im Großhandel relevante Marktplätze in alphabetischer Reihenfolge kurz vorgestellt. Die Zusammenstellung basiert auf einer Internet-Recherche und von den Anbietern zur Verfügung gestellten Informationen. Sie erhebt weder Anspruch auf Vollständigkeit, noch kann sie alle Facetten einer Plattform erfassen.

Ein großes Medienecho hatte der Deutschlandstart von **Amazon Business** im Jahr 2016 hervorgerufen. Laut der Amazon-Website steht die Business-Sparte aktuell für einen globalen Umsatz von 25 Milliarden US-Dollar, wovon mehr als die Hälfte auf „unabhängige Verkaufspartner“ entfalle. Umsatzzahlen für Deutschland oder Zahlen der Händler und Produkte auf der deutschen Plattform werden vom Unternehmen nicht ausgewiesen. Bezogen auf die Kundenseite wird darauf verwiesen, dass beispielsweise 25 der 30 DAX-Unternehmen mit Amazon Business arbeiten. Das Handelsblatt zitierte kürzlich Florian Böhme, Director Amazon Business DACH, wonach der Schwerpunkt des Geschäfts bisher auf Bürobedarf und IT-Zubehör liege.

Kontakt für Händler:
https://services.amazon.de/programme/b2b-verkaufen/biss-material-handling.html

Das Unternehmen **Conrad Electronic** hat sich, so die ambitionierte Selbstdarstellung, dagegen entschieden, den globalen Markt den Big Playern zu überlassen und mit der Conrad Sourcing Platform sein Geschäftsmodell neu justiert: Das klare Ziel sei es, sich „zur führenden europäischen Beschaffungsplattform für technischen Betriebsbedarf zu entwickeln“. Der Conrad Marketplace ist einer der Bestandteile der Conrad Sourcing Platform und ein geschlossener Marktplatz. Das heißt, Händler und Hersteller, die Interesse an einer Anbindung an die Verkaufsplattform haben, müssen gewisse Anforderungen erfüllen und aktiv mit dem Unternehmen in Kontakt treten. Aktuell sind nach Unternehmensangaben mehr als 300 Partner auf der Plattform aktiv und bieten 2,3 Millionen B2B-Kunden mehr als 6 Millionen relevante Produkte an. Die Anbieter sind auf der Plattform für Einkäufer sichtbar. Das Unternehmen hebt die durchgehende persönliche Betreuung seiner Partner durch eine dedizierte Kontaktperson hervor.

Kontakt für Händler:
https://support.conrad.de/hc/de/sections/360000253197-Verkaufen-bei-Conrad

Ein Schwergewicht unter den europäischen Plattformen ist der 2013 gegründete französische DIY-Marktplatz **ManoMano**, der durch Venture Capital finanziert in mehreren westeuropäischen Ländern, darunter auch Deutschland, aktiv ist. Der Umsatz des Online-Marktplatz-Unternehmens ist im Jahr 2020 auf rund 1,2 Milliarden Euro angestiegen. In Deutschland, so berichtet der „BaumarktManger“ verzeichneten die Franzosen ein Plus von 165 Prozent. Heimwerker sind allerdings nicht mehr die alleinige Zielgruppe der Franzosen. Nach der Gründung des B2B-Ablegers „ManoMano pro“ im Jahr 2019 dürfte der Deutschland-Start des Angebots nicht mehr lange auf sich warten lassen. Auf der Website des Unternehmens wird aktuell ein „Business Developer B2B Germany“ gesucht, der den „Pro“-Ableger mit geeigneten Händlern in Deutschland erfolgreich aufstellen soll.

Informationen für Händler:
https://partners.manomano.de/contact/

Geschäftskunden finden auf **Mercateo** in einem umfassenden Sortiment ihre täglichen Geschäfts- und Adhoc-Bedarfe. Über 23 Millionen Produkte von über 700 Lieferanten von Arbeitsschutz bis Werkzeugtechnik werden angeboten. Jedem Anbieter steht eine persönliche Ansprechperson zur Verfügung. Sie werden engmaschig und ausführlich betreut. Im öffentlichen Bereich sind die Anbieter, die hinter dem Angebot von Mercateo stehen, nicht

Die Bedeutung von Marktplätzen und generell von E-Commerce wächst im deutschen B2B-Markt. Laut einer Studie des IFH KÖLN erreichten die E-Commerce-Umsätze bereits 2018 einen Anteil von 24 Prozent am Gesamtumsatz. 320 Milliarden Euro wurden über Websites, Onlineshops oder Markplätze generiert.

ersichtlich. Hier fungiert Mercateo als Zwischenhändler. Die Lieferanten senden im Auftrag des Marktplatzes die Ware direkt zum Kunden. Hierin liegt eine der Besonderheiten gegenüber „klassischen“ Marktplätzen. Im Gegensatz dazu, so schreibt der Plattformbetreiber, sei im geschlossenen Bereich auf Unite für die Einkaufsverantwortlichen genau ersichtlich, mit welchen Anbietern sie über die Plattform in eine geschäftliche Beziehung treten. Dies geschieht über die Freischaltung der jeweiligen BusinessShops der Anbieter. Auf deren Landingpage kann der Anbieter seine sonstigen Leistungen, Services usw. darstellen und sich damit vom Wettbewerb differenzieren. Für Händler soll Unite einen Zugang zu Kunden eröffnen, welche E-Procurement-Systeme nutzen.

Informationen für Lieferanten:
https://www.mercateo.com/infoportal/verkauf-lieferantenkatalog-voraussetzung.html

SAP Ariba bietet verschiedene Lösungen für den Einkaufsprozess auf einer integrierten Cloud-Plattform. Lieferanten, so heißt es auf der Website, erhalten im Ariba Network Zugang zum weltweit größten B2B-Marktplatz, dem sich bereits mehrere Millionen Unternehmen angeschlossen haben und dessen Geschäftsvolumen doppelt so hoch sei wie das von Amazon, Alibaba und eBay zusammen. Lieferanten können durch Einkäufer Zugang zum Ariba Network erhalten.

Als Komplettlösung für die indirekte Beschaffung von produzierenden Unternehmen sieht sich die **simple system**. Hier wird ein Gesamtsortiment von 80 Millionen Artikeln gebündelt. Das Kundenportfolio umfasst rund 2.000 überwiegend mittelständische Unternehmen. Die Plattform vermittelt einen Umsatz von 140 Millionen Euro. Wer als Lieferant präsent sein möchte, benötigt einen Pilotkunden, der die Aufnahme des Händlers auf der Plattform beantragt.

Der Marktplatz der Verbundgruppe E/D/E **Toolineo** versteht sich explizit als Partner des Fachhandels und vereint aktuell 30 Händler sowie 500.000 Artikel (so Geschäftsbericht 2020 des E/D/E). Abgedeckt werden die Bereiche Werkzeug, Maschinen und Betriebseinrichtung, Baubeschläge und Bauelemente, Sanitär und Heizung, Stahl und Befestigungstechnik, Schweiß-, Sicherheits- und Industrietechnik sowie Arbeitsschutz. Interessierte Händler können per E-Mail Kontakt aufnehmen:

haendler@toolineo.de.

Wucato ist eine zur Würth-Gruppe gehörende Beschaffungsplattform für C-Teile und Betriebsmittel und verfügt über 19 verschiedene Produktkategorien: Von Arbeitskleidung über Hygieneartikel, Lebensmittel und Werkzeug bis zu Elektroartikeln. Über 80 Lieferanten und 16 Mio. Produkte sind dort aktuell zu finden. Wucato, so das Unternehmen, begleite neue Anbieter auf seinem Marktplatz Schritt für Schritt auf dem Weg zum digitalen Vertrieb und unterstütze bei technischen Schnittstellen und der Produktdatenaufbereitung. Der Plattformbetreiber unterscheidet zwei Modelle der Zusammenarbeit. Großhändler und Produzenten können Wucato als indirekte Lieferanten nutzen. Diese haben dann mit Wucato einen zentralen Vertragspartner für den Vertrieb der Produkte. Wucato übernimmt Preisgestaltung, Rechnungserstellung, Kundenkommunikation, Auftragsabwicklung und Verkauf auf Basis der Wucato AGBs. Der Lieferant liefert die Waren unmittelbar an die Abnehmer, während Wucato den Verkauf abwickelt. Direkte Lieferanten nutzen Wucato als digitale Schnittstelle, legen ihr Sortiment und Preise fest und regeln den Vertrieb auf Basis eigener AGBs. Bestehende Geschäftsbeziehungen bleiben erhalten und lassen sich individuell gestalten. Der Lieferant liefert die Waren unmittelbar an die Abnehmer, während Wucato die digitale Schnittstelle bietet und die Auftragsdokumentation mit dem Kunden übernimmt. Bei Wucato betont man, dass die Server der Plattform in Deutschland, in der Region Stuttgart, stehen.

Informationen für Händler:
https://www.wucato.de/de/wucato/lieferanten/lieferant_werden/lieferant_werden.php

Der digitale Marktplatz WUCATO

Podcast über WUCATO

In der aktuellen Episode des Podcasts „Digitalisierung im Großhandel“ hat Heiko Onnen, Geschäftsführer der WUCATO Marketplace GmbH, Rainer Hill berichtet, wie die Plattform WUCATO entstanden ist und wie sie funktioniert. Natürlich geht es im Gespräch auch um die Möglichkeiten, die der Fachhandel hat, an dieser E-Commerce-Plattform teilzunehmen. Es ist der Mediathek auf der Website von Nissen & Velten zu finden (Link, QR-Code) und auf den gängigen Streaming-Plattformen wie beispielsweise Apple Podcasts oder Spotify.

https://www.nissen-velten.de/mediathek/podcasts/

Mitarbeiterin im Porträt

Vertrieb national, Abenteuer global

Marion Kuchler – hier vor dem Brunnen von Nissen & Velten – freut sich, wenn sie Fachhändler auf der Suche nach einer neuen Unternehmenssoftware beraten darf.

Wenn Marion Kuchler nicht gerade Fachhändlern die Vorteile der Software eNVenta ERP demonstriert und wenn nicht gerade eine Pandemie das Leben bestimmt, dann reist sie mit dem Rucksack auf den Schultern durch ferne Länder. Pauschalreisen sind nicht ihr Ding. Lieber bewegt sie sich mit den Transportmitteln der lokalen Bevölkerung durch Länder wie Laos, Nicaragua oder Marokko.

Seit einem Jahr ist Marion Kuchler bei Nissen & Velten an Bord. Die Technische Produktdesignerin für Maschinen- und Anlagenkonstruktion bemerkte schon während ihrer Ausbildung, dass ihr der Kontakt mit Kunden sowie die Beratungstätigkeit deutlich mehr Freude bereiten, als das stille Konstruieren am Bildschirm. Folglich war es nur konsequent, dass die nächste Station ihres Berufslebens die Singener Niederlassung eines großen deutschen Unternehmens des technischen Handels war. Hier betreute sie Key Account-Kunden der Region und verantwortete das lokale Produktmanagement der Segmente Gummi und Isolationsmaterialien sowie Kleb-, Dicht- und Schmierstoffe. Die Anwendungsberatung im Zusammenhang mit speziellen Kundenanforderungen zählte auch zu den von ihr besonders geschätzten Aufgabenfeldern. In der der relativ kleinen Niederlassung übernahm sie vielseitige Aufgaben, sodass sie auch Einblick in Einkauf, Verkauf und die verschiedenen Facetten des Handels bekommen konnte.

Dass sie die Arbeit des Fachhandels kennt, kommt ihr im Vertrieb von Nissen & Velten nun zu Gute. Kennt sie doch die Perspektive der Interessenten, mit denen sie Gespräche führt, aus eigener Erfahrung. Aktuell bedauert sie es, dass die Kommunikation meist nur mit Hilfe von Videokonferenzen möglich ist. Im Gespräch sagt sie: „Das Vertrauensverhältnis zu einer anderen Person entsteht im persönlich Gespräch vor Ort nun einmal einfacher und schneller.“ Bei allen hilfreichen Möglichkeiten der Digitalisierung machen am Ende immer noch Menschen mit Menschen Geschäfte.

Neue Horizonte: Marion Kuchler bei einem Ausflug auf dem Dromedar in die marokkanische Erg Chebbi-Wüste.

Mit dem Rucksack durch ferne Länder

Dass Marion Kuchler gut auf Menschen zugehen kann, kommt ihr auch auf ihren Reisen mit dem Rucksack in ferne Länder zu Gute. Die heutige Vertriebsmitarbeiterin von Nissen & Velten stammt gebürtig aus dem bayerischen Schwaben, lebt aber bereits seit ihrem zehnten Lebensjahr in der westlichen Bodenseeregion, die - nebenbei bemerkt - im badischen Landesteil von Baden-Württemberg liegt. Ihre erste Backpacker-Reise startete Marion Kuchler mit 21 Jahren ganz allein nach Thailand und von dort gleich weiter in das touristisch weniger entwickelte Laos. Neun Kilo Gepäck hätten dafür locker ausgereicht, so berichtet sie. Was zeige, dass man auch mit weniger Dingen, als im Alltag gewohnt, gut zurechtkommen könne.

Afrikanische Elefanten im 1931 eingerichteten Addo Elefanten-Nationalpark. Bei der Gründung lebten hier nur noch elf der Tiere, deren Bestand aktuell wieder auf 400 angewachsen ist.

Sprachhürden halten sie auf Reisen auch nicht auf. Übersetzungs-Apps können dabei helfen, Verständigungsprobleme zu lösen und Alltagsfragen zu regeln. So seien sie und ihr Lebenspartner auf einer Reise durch Vietnam in der Pause einer Fahrt mit dem Überlandbus von einer Familie zum Essen eingeladen worden. Das Gespräch habe der Sohn der Familie mit einer App auf seinem Smartphone in Gang gehalten, obwohl die Gruppe keine gemeinsame Sprache beherrschte. Ein Mehrwert der Digitalisierung, an einem Ort, an dem man ihn nicht erwarten würde. Ein Reiseerlebnis, welches sie tief beeindruckt hat, war ein Kamelritt in die marokkanischen Wüste und die Übernachtung in einem Berberzelt. Sehr gerne denkt sie auch an den Besuch des südafrikanischen Addo-Nationalparks und die Begegnung mit afrikanischen Elefanten zurück.

„Das Bewegen durch fremde Länder mit dem Rucksack ist natürlich kein Wellness-Urlaub. Das ist schon auch mit Anstrengungen verbunden. Wir schlafen unterwegs auch in Mehrbettzimmern oder Holzhütten. Auf der anderen Seite haben wir oft erstaunlich freundliche Menschen vor Ort kennengelernt und es entstehen auch Bekanntschaften mit anderen Backpackern aus anderen Ländern“, erzählt Marion Kuchler. Diese ließen sich anschließend mit Hilfe der sozialen Netzwerke pflegen. So sei sie zu Bekannten in Australien gekommen, obwohl sie auf dem fünften Kontinent bislang noch nicht unterwegs gewesen sei.

Zum ersten Mal im Ausland gearbeitet hat sie bereits während ihrer Ausbildung - im Rahmen eines vierwöchigen Praktikums in Irland. Genutzt hatte sie dafür ein Leonardo da Vinci-Stipendium der EU, welches verglichen mit dem Studentenaustauschprogramm Erasmus noch wenig bekannt ist.

Neben ihrem Job im Vertrieb macht Marion Kuchler nebenberuflich und „nebenbei“ aktuell auch noch den Abschluss zum Technischen Betriebswirt, was möglicherweise genau die richtige Beschäftigung in der von Einschränkungen geprägten Corona-Zeit ist. Darauf, dass diese bald zu Ende geht hofft sie, wie wohl die meisten Menschen. Dann wird es auch wieder mehr Gespräche mit Interessenten über zukünftige ERP-Projekte vor Ort und von Angesicht zu Angesicht geben.

Rainer Hill

Marktforschung in Sri Lanka: Marion Kuchler begutachtet einen Technischen Handel in Kandy.

HEES + PETERS

Trierer Traditionsunternehmen stellt mit eNVenta die Weichen für die Zukunft

Das Fachhandelsunternehmen HEES + PETERS hat mit der Einführung der Unternehmenssoftware eNVenta ERP und dem nachfolgenden Start des Lagerverwaltungssystems von Nissen & Velten die Digitalisierung seiner Geschäftsprozesse vorangetrieben. Es will damit seinen Kunden auch in Zukunft auf allen Vertriebskanälen den optimalen Service bieten.

HEES + PETERS ist im Jahr 1948 in Trier gegründet worden und hat sich mit jedem Umzug an einen neuen Standort Schritt für Schritt vergrößert.

Das Handelshaus HEES + PETERS beschäftigt in Trier 156 Mitarbeiter. Mit seiner umfassenden Produktpalette von den Werkzeugen und Beschlägen über Holzbearbeitungsmaschinen bis hin zu Bauelementen und Arbeitsschutz sowie Forst und Garten erreicht es einen großen Kundenkreis, dessen Schwerpunkt im Handwerk liegt. Die breite Produktpalette präsentiert das Unternehmen mit einer Vielzahl von Ausstellungsstücken und Markenwelten auf 4.300 Quadratmetern. Das umfassende Know-how des Unternehmens ist in einem großen Einzugsgebiet bekannt: Nicht nur aus Rheinland-Pfalz, sondern auch aus dem Saarland, dem benachbarten Luxemburg und den Grenzregionen von Belgien und Frankreich kommen die Kunden.

Geschäftsführer Michael Lehnen, hier in der Ausstellung zwischen Türbeschlägen, sieht eNVenta ERP als das „Führungsinstrument des Unternehmens“.

Nachdem die zuletzt verwendete Warenwirtschaftssoftware nicht mehr Update-fähig war und somit der Weg der Weiterentwicklung versperrt war, informierte sich das ERP-Projektteam von HEES + PETERS über mögliche neue Lösungen. Die Trierer hatten nach einer Software gesucht, welche die Prozesse des Unternehmens mit sehr wenig Anpassungen abbildet und die kontinuierlich mit Updates weiterentwickelt wird. eNVenta ERP wurde von Fachhändlern, welche die Software bereits einsetzen, empfohlen und setzte sich bei der Auswahl am Ende gegen ein Wettbewerbsprodukt durch.

Die neue Lösung ging am 1. Januar 2019 in den Live-Betrieb, nachdem die Mitarbeiter im Rahmen eines „Train-the-Trainer“-Konzepts von Key Usern im Unternehmen geschult worden waren. Seit dem 1. März 2021 ist mit der Einführung des Lagerverwaltungssystems von eNVenta ein weiterer Meilenstein erfolgreich erreicht worden. Dabei ist im Projektverlauf eine sehr gute, partnerschaftliche Zusammenarbeit zwischen dem Handels- und dem Softwarehaus entstanden.

Heute arbeitet praktisch das gesamte Unternehmen mit eNVenta ERP. Als sehr angenehm empfinden die 100 Anwender die Breite und die Flexibilität der Schnittstellen zu Kunden und Lieferanten, welche die neue Software bietet: Von der EDI-Kommunikation bis zum Einspielen neuer Preislisten. Ein Beispiel ist etwa die Schnittstelle zum Rollladenproduzenten Roma. Hier können die Sachbearbeiter in eNVenta, in einer Maske der entsprechenden Artikelgruppe, die Maße eines kundenspezifischen Rollladens eingeben. Diese werden zu Roma übertragen und von dort direkt mit einem Preis zurückgespielt. Entsprechend lassen sich Angebote im ERP-System ohne Medienbrüche erstellen oder direkt Bestellungen auslösen. Das sei eine große Erleichterung im Tagesgeschäft, berichtet Ellen Scherf, die als Bereichsleiterin IT und Logistik bei HEES + PETERS das ERP-Projekt im Unternehmen koordinierte. In der Vergangenheit habe man Preise der Rollläden noch händisch berechnet und als PDF per E-Mail versendet. Eine ähnliche Lösung ist aktuell auch für Hörmann-Tore in der Planung – auch mit dem Ziel, dass zukünftig kein Prozess mehr neben dem

ERP-System herläuft und doppelt erfasst werden muss. Schließlich sollen die Außendienstmitarbeiter durch eNVenta Kenntnis von allen Angeboten an ihre Kunden erhalten und diese auch aktiv weiterverfolgen. Ebenfalls im Bereich der kundenspezifischen Fertigung ist eines der sehr wenigen Customizing-Projekte des ERP-Systems angesiedelt: Hier wurde eine kleine Lösung für die Zuschnitt-Anpassung von Fensterbänken speziell für HEES + PETERS entwickelt.

Prozesssicherheit durch eNVenta LVS

Mittlerweile hat der Fachhändler mit eNVenta LVS sein erstes Lagerverwaltungssystem im Einsatz, welches das klassische Lager ebenso abdeckt, wie die Lagerplätze im Ladengeschäft. Früher habe man noch ausgebildete Beschlagsspezialisten im Lager beschäftigt, die über Detailkenntnisse der Produkte verfügt hätten. Das sei nach einem Generationswechsel bei den Mitarbeitern nicht mehr so, aber auch nicht notwendig, wie Geschäftsführer Michael Lehnen berichtet. Das LVS führe die Lagermitarbeiter sicher zu den nun dynamisch vergebenen Lagerplätzen. Er ergänzt: „Man spürt, dass die Sicherheit der Mitarbeiter in der Logistik seit der Einführung von eNVenta LVS sehr viel größer geworden ist.“
Die Mitarbeiter verwenden bei der Kommissionierung im Lager verschiedene Scanner-Typen wie mobile Handhelds, Pistolenscanner und seit neuestem auch Geräte mit Display am Handgelenk und Scanner an der Hand. Der Versuchung früherer Zeiten, mal schnell etwas für einen Kunden aus dem Lager zu holen und Fehler in der Bestandsführung zu verursachen, könne nun nicht mehr nachgegeben werden. gegeben. Er resümiert: „Die Bedeutung der Prozesse im Handel erfordert heute den Einsatz eines LVS“.

Zur Belieferung der Kunden wird sowohl die Tourendisposition von eNVenta, wie auch die per Schnittstelle verknüpfte Tourenplanungslösung der PTV AG eingesetzt. Mit ihr werden die Touren optimiert und an die Navigationsgeräte der Fahrer übergeben, wobei hier das komplette Leistungsspektrum von PTV Route Optimiser noch nicht ausgeschöpft wird. Aktuell sind fünf eigene LKW und zwei Transporter des Unternehmens für die Kunden unterwegs.

Im E-Commerce arbeitet HEES + PETERS mit dem Multishop des E/D/E, der an eNVenta angebunden worden ist. Die Pflege von Daten- und Bildern auch mit Hilfe der Oxomi-Schnittstelle des ERP-Systems wird von den Mitarbeitern – gerade auch im Vergleich mit der abgelösten Software – als sehr komfortabel wahrgenommen. Das aktive Marketing des Webshops in den vergangenen Monaten hat im Unternehmen einen rasanten Anstieg des E-Commerce-Umsatzanteils auf 17 Prozent bewirkt.

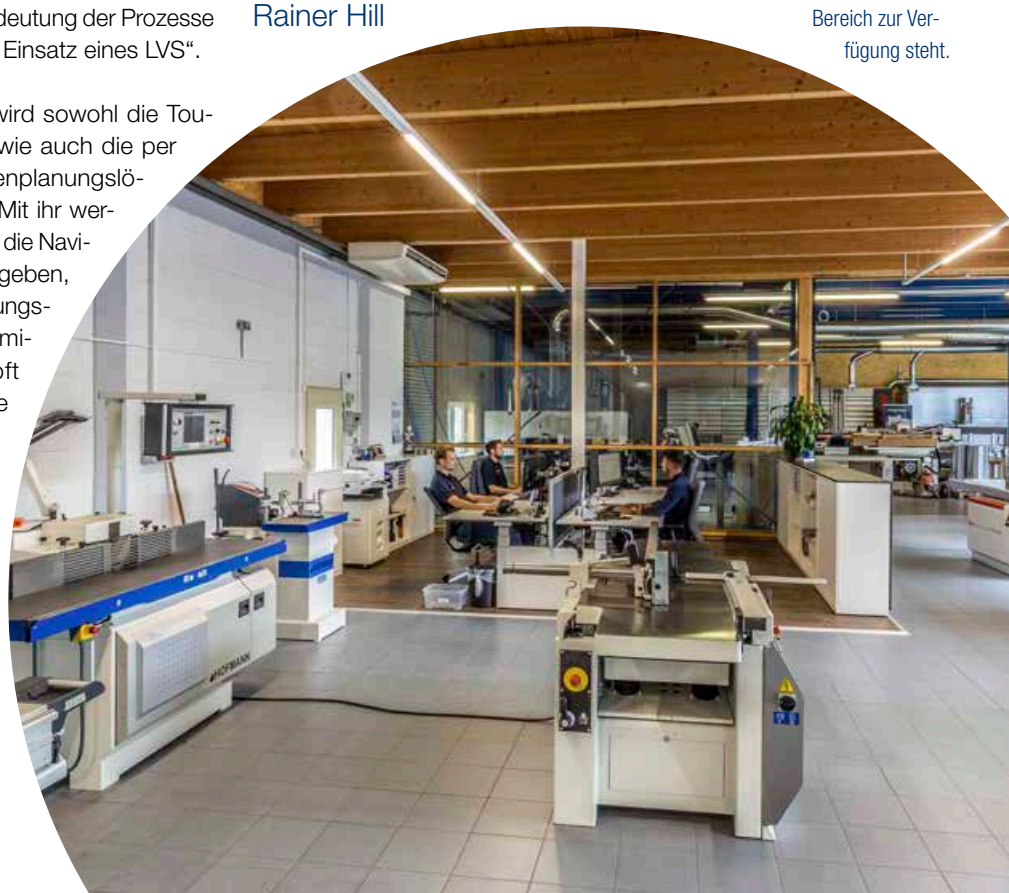
Umfassend informiert mit eNVenta Zoom

Als sehr nützlich wird die Cockpit-Funktion eNVenta-Zoom von den Anwendern im Unternehmen empfunden. Sie erlaubt es jedem Mitarbeiter sich die für ihn relevanten Informationselemente, wie etwa Kennzahlen, Auftragslisten oder grafische Auswertungen individuell zusammenzustellen und auf seinem Startbildschirm der Software jeden Tag aktuell zu verfolgen. Momentan plant HEES + PETERS das Nachrichten-Element des Cockpits zur umfassenden Information der Mitarbeiter über wichtige Neuigkeiten im Unternehmen, neue Kataloge, Preisänderungen und vieles mehr zu verwenden und damit Teile der internen Kommunikation zu automatisieren.

Mit der Einführung des neuen ERP-Systems und der anschließenden Inbetriebnahme des Lagerverwaltungssystems hat HEES + PETERS die Weichen für die Zukunft gestellt. Geschäftsführer Michael Lehnen sagt über die Bedeutung des ERP-Projekts beim Traditionsunternehmen: „Wir wachsen und wir digitalisieren unsere Prozesse. eNVenta ERP ist dabei nicht nur eine Warenwirtschaft, sondern das Führungsinstrument unseres Unternehmens“.

Rainer Hill

In diesem Jahr hat HEES + PETERS eNVenta LVS erfolgreich im Lager und im Laden eingeführt.



Die Maschinenhalle: HEES + PETERS führt ein sehr umfangreiches Sortiment an Holzbearbeitungsmaschinen, für deren Präsentation in Trier ein eigener Bereich zur Verfügung steht.

News

Von der Heydt setzt auf eNVenta eGate

Kurz vor Weihnachten 2020 hat die Von der Heydt GmbH ihren Bestandskunden einen neuen Webshop auf Basis von eNVenta eGate zur Verfügung gestellt. Der Produktionsverbindungshandel mit Hauptsitz in Speyer sowie Niederlassungen in Mainz und Kaiserslautern habe seitdem nur positives Feedback bekommen, berichtet Tobias Herbig, der Vertrieb und Marketing im Unternehmen verantwortet. Für ihn sei das allerdings erst der Startschuss für eine längere Entwicklung, in deren Verlauf man nach und nach neue Features dazu nehmen und kommunizieren wolle. Wichtig seien die Schnittstellen vom Webshop zu den Kunden. Herbig führt aus: „E-Commerce ist ja nicht nur ein Webshop. Deshalb bieten wir Schnittstellen wie etwa OCI und OSD an und alles, was unsere Kunden sonst noch benötigen, um ihre ERP-Systeme mit unserem Webshop zu verknüpfen und Bestellprozesse zu digitalisieren.“ Darüber hinaus schaue man sich gerade für das eigene Unternehmen potenziell interessante Online-Marktplätze jenseits von Amazon an. Schließlich lobt Herbig auch den umfassenden „Baukasten“ zur Erstellung von Webseiten in eNVenta eGate, der für ihn die Perspektive eröffne, traditionelle Webpräsenz und Webshop des Unternehmens zusammenzuführen.

Tobias Herbig, Leiter Vertrieb und Marketing, legt den Fokus auf die Integration des Von der Heydt-Webshops in die ERP-Systeme der Kunden.

Kunden wollen Bestellhistorie und Verfügbarkeit online

Kai Hudetz vom IFH Köln hat auf dem diesjährigen PVH-Kongress, der pandemiebedingt als Videokonferenz stattfinden musste, wieder die „PVH-Markt- und Zukunftsanalyse“ vorgestellt. Vielleicht noch verstärkt durch die Coronasituation hat sich demnach die Customer Journey in den letzten Jahren stark verändert. Die letzte Informationsquelle vor dem konkreten Kauf eines Werkzeugs liegt heute für 69 Prozent der Einkäufer im Internet („online“), während es für 43 Prozent noch der Verkäufer („persönlicher Kontakt“) ist. 22 Prozent konsultieren Kataloge vor dem Werkzeugkauf. Vor vier Jahren lag hier noch der „persönliche Kontakt“ mit 74 Prozent der Nennungen auf Platz eins. Sehr interessant war auch eine Abbildung, in der die Studienautoren die Erwartungen der Kunden des PVH gegen die Angebote des Handels in vier Quadranten aufgetragen hatten. Der rot gefärbte, untere rechte Quadrant zeigte die Kluft zwischen vom Kunden gewünschten und vom Handel (nicht) gebotenen Services. Besonders häufig gewünscht (um die 90 Prozent) und selten geboten (um die 30 Prozent) waren demnach eine „online einsehbare Bestellhistorie“ und „Onlineverfügbarkeitsprüfungen“. Der Webshop eNVenta eGate bietet hier eine optimale Lösung. Denn im Kundenportal lässt sich die komplette Bestellhistorie unabhängig vom Beschaffungskanal einsehen. Die Online-Verfügbarkeitsprüfung ist aufgrund der Integration von Warenwirtschaft und Webshop ebenfalls problemlos möglich.

eNVenta-Tipp

Copy & Paste

Die Verwendung von Copy & Paste vereinfacht viele Arbeitsschritte in eNVenta ERP und Windows 10. Seit eNVenta 4.2 ist es möglich, den Inhalt einer einzelnen Tabellen-Zelle zu kopieren und bei Bedarf an anderer Stelle einzufügen.

Nachdem es in älteren eNVenta-Versionen nur möglich war, den gesamten Inhalt einer Tabellenzeile zu kopieren, ist es seit eNVenta 4.2 möglich, den Inhalt einer einzelnen Zelle zu kopieren und beispielsweise in einem anderen Dialog in ein Feld einzufügen. Damit ist die Fehleranfälligkeit beim Übertragen einzelner Nummern reduziert und der Bearbeitungsvorgang wird beschleunigt. Zum Kopieren des Feldinhaltes in die Zwischenablage klickt man einfach in das betreffende Feld der Tabelle und drückt die Tastenkombination „Strg+C“.

Wird die gesamte Zeile markiert, etwa durch Anklicken der ersten Spalte, so werden die Werte aller Zellen der Zeile in die Zwischenablage kopiert. Interessant ist in diesem Zusammenhang, dass Windows 10 seit einiger Zeit die Funktion bietet, mehrere Elemente in der Zwischenablage zu speichern. Dies lässt sich in den Windows-Einstellungen im Menü „System“ unter dem Punkt „Zwischenablage“ aktivieren.

Mittels der Kombination von „Windows-Logo-Taste“ und „V“ lässt sich nun auf die letzten Elemente der Zwischenablage zugreifen. Dies betrifft alle Programme inklusive eNVenta ERP.

Aichinger

Produktionsverbindungshandel setzt auf eNVenta in der Cloud

Die Aichinger GmbH mit Sitz in Pasching, vor den Toren von Linz, arbeitet seit dem 8. Februar 2021 mit eNVenta ERP von Nissen & Velten. Die neue Lösung wurde vom eNVenta-Partner ERP-Solutions in nur vier Monaten eingeführt und läuft in der Cloud unter Microsoft Azure.

Die Aichinger GmbH – hier der Unternehmenssitz im österreichischen Pasching – hat eine neue Unternehmenssoftware eingeführt.

Der Produktionsverbindungshändler Aichinger ist auf Betriebseinrichtungen, Werkzeuge und Maschinen spezialisiert. Die Kunden des 1945 gegründeten Unternehmens kommen vorrangig aus der metallverarbeitenden Industrie, dem Gewerbe und Behörden. Im Unternehmen war schon länger klar, so berichtet Prokurist Daniel Aichinger, dass eine 20 Jahre alte Individualsoftware keine große Zukunft mehr haben würde. Schon früh und intensiv beschäftigte er sich deshalb mit dem Projekt der ERP-Auswahl. Auf drei DIN A4-Seiten verteilten sich schließlich die Anforderungen des Unternehmens, die er mit den Funktionalitäten von fünf ERP-Systemen abgleichen konnte.

Ein wichtiger Punkt waren für den NORDWEST-Handelspartner die Schnittstellen zur Verbundgruppe, insbesondere zur E-Commerce-Lösung eSHOP (www.aichinger.eu). Für eNVenta sprachen deshalb die Branchenlösung für den technischen Handel und die Verfügbarkeit der von der Achinger GmbH benötigten Schnittstellen. Daniel Aichinger ergänzt: „Auch die Kompetenz der Firma ERP-Solutions im technischen Handel hat uns überzeugt. Wir fühlten uns gleich verstanden“. Weitere Schritte im Entscheidungsprozess waren Referenzbesuche von Fachhändlern in Wien und Innsbruck, die mit eNVenta ERP arbeiten. Ein nicht unwichtiger Punkt war schließlich auch die Möglichkeit, die neue Unternehmenssoftware in der Microsoft-Cloud zu hosten, da sich das Unternehmen neben dem Tagesgeschäft nicht mit Software-Updates und der Wartung von Servern beschäftigen wollte.

Seit dem 8. Februar 2021 nutzen die elf Mitarbeiter das neue ERP-System. Als besonders komfortabel empfindet Daniel Aichinger die Artikelimportfunktionen von eNVenta. Er sagt: „Wir haben vor kurzem die Daten von 100.000 Artikeln eingespielt, die wir in unserem Webshop anbieten. Das wäre im alten System, wo wir Derartiges weitgehend händisch machen mussten, so nicht möglich gewesen“. Rückblickend auf die ERP-Einführung lobt er schließlich die gute Zusammenarbeit mit der Firma ERP-Solutions, die das Projekt in nur vier Monaten – schneller als erwartet – abgeschlossen habe.

Rainer Hill

Eine Torte vom Dienstleister ERP-Solutions gab es zum Live-Start des neuen ERP-Systems: Geschäftsführer Harald Aichinger (rechts) und Projektleiter Daniel Aichinger vor dem Anschnitt.

Bernd Rech

„Es geht nicht um die Einführung von Funktionalitäten, sondern um optimierte Prozesse“

ERP-Software hat eine sehr lange Lebensdauer im Unternehmen. Der Auswahlprozess bei der Suche nach einer neuen Lösung sollte also zu einem passgenauen Treffer führen. Bernd Rech, Vertriebsleiter bei Nissen & Velten, hat sich im Rahmen des Podcasts „Digitalisierung im Großhandel“ mit Rainer Hill über erfolgversprechende Wege zur passenden ERP-Lösung unterhalten. Der nachfolgende Text ist eine gekürzte Fassung dieses Gesprächs.

Bernd, was denkst Du vor dem Hintergrund Deiner Erfahrungen und Branchenkenntnisse: Wie sollten Großhandelsunternehmen auf der Suche nach der passenden ERP-Lösung vorgehen?

Bernd Rech ist Vertriebsleiter bei Nissen & Velten.

Darauf gibt es keine einfache Antwort. Sie hängt auch davon ab, wie groß ein Unternehmen ist und wie komplex sich seine Anforderungen darstellen. Die erste Frage, die man sich stellen sollte, ist die nach den Zielen: Was will ich eigentlich mit meinem ERP-Projekt erreichen? Was ist der Auslöser, jetzt nach einer neuen Lösung zu suchen? Es ist also sinnvoll, sich zunächst intern Gedanken zu machen: Was sind Must-haves und was Nice-to-haves? Diese sollten auch beschrieben werden, da einfache Schlagworte später Raum zur Interpretation lassen und in die falsche Richtung führen können. Dabei sollte man nicht das Vorhandene noch einmal neu beschreiben, sondern nach vorne schauen und zukünftige Anforderungen mitbedenken.

Dann sollte man sich auch fragen, ob man aktuell auch personell in der Lage ist, ein ERP-Projekt neben dem Tagesgeschäft zu stemmen. Denn es sollte klar sein, dass die Einführung der neuen Software nicht alleine die Aufgabe des Auftragnehmers ist. Das ist immer eine Teamarbeit. Das heißt, es gibt die Notwendigkeit ein Projektteam zu bilden. Dieses sollte aus Experten unterschiedlicher Abteilungen bestehen. Es sollte den Mut und den Willen haben, Prozesse zu verändern und neugierig auf neue Technologien sein. Sind die benötigten personellen Ressourcen für ein ERP-Projekt neben dem Tagesgeschäft verfügbar, sollte man sich den Markt

„Das Projektteam
haben, Prozesse z

der Softwareanbieter näher anschauen. Man kann dazu etwa im Internet nach passenden Branchenlösungen suchen. Dann sind Unternehmen heute alle stark untereinander vernetzt und nehmen zum Beispiel an Erfa-Tagungen teil oder sitzen in Gremien von Verbänden zusammen. Man kann also mit befreundeten Unternehmen darüber sprechen, welche Lösungen diese im Einsatz haben. Und dann gibt es ja auch Verbände und Verbundgruppen, die Empfehlungen aussprechen oder Label vergeben, wie beispielsweise „NW connect“ von NORDWEST.

Was sollte man dann anschließend tun? Eine „Shortlist“ der interessanten Software-Lösungen anlegen und Hersteller beziehungsweise Systemhäuser ansprechen?

Ich glaube, wenn man sich auf drei bis maximal fünf Branchenanbieter, wenn es überhaupt so viele gibt, konzentriert und dann versucht, mit maximal dreien von diesen in die Gespräche zu gehen, bekommt man schnell einen Überblick über das, was möglich ist und was gefallen könnte. Und dann kann man anhand der aufgestellten Anforderungslisten überprüfen, was die Lösungen davon abdecken. Auf diese Weise kommt man oft zu den beiden Favoriten, mit denen man in detaillierte Produktpräsentationen und Gespräche geht. Ich empfehle auch, die Anwender aus den Abteilungen, welche die Anforderungen zusammengestellt haben, zu diesen Präsentationen zusammen zu holen und in die Entscheidungsfindung einzubinden. Das fördert am Ende des Tages

den erfolgreichen Einführungsprozess der Software und die aktive Beteiligung am ERP-Projekt.

Wie passen Berater, die Prozesse im Unternehmen von der betriebswirtschaftlichen Seite her neu strukturieren, zu einem ERP-Software-Projekt?

Das hat man häufiger, weil sich Unternehmen oft nicht in der Lage sehen, sich zu optimieren und richtig aufzustellen. Grundsätzlich ist das genau die Aufgabe, die wir als Softwarehersteller und Softwareberater erfüllen sollten. Trotzdem ist es nicht ganz untypisch, dass so etwas vorkommt. Der Berater, der seinen Job tut, investiert viel Zeit in Prozessanalysen und Prozessdokumentationen und dann auch in die Ausarbeitung der optimalen Prozesse. Die Herausforderung besteht aber später darin, dass jede Software ihre eigene Prozessabfolge hat. Wenn ich mich dazu entschließe, ein Standardprodukt anzuschaffen, dann kann der durch den Unternehmensberater beschriebene Prozess nachher ganz anders ausschauen. So stellt sich für mich an dieser Stelle die Frage nach dem Sinn des Investments. Weil der betriebswirtschaftliche neutrale Weg dann nicht der betriebswirtschaftliche systemgestützte Weg ist. Das beides in Einklang zu bringen, mündet meistens in der Individualisierung eines Projektes – das heißt, weg vom Standard. Es gibt aber auch andere Beispiele: Unternehmensberater, die den Softwareanbieter frühestmöglich miteinbinden in ihre Arbeit, wodurch auch gleich geklärt wird, inwieweit das gewünschte Produkt auch zum Unternehmen und den angedachten Prozessen passen kann.

Was mache ich, wenn ich ein relativ kleines Unternehmen führe und im Hause weder große IT-Expertise noch große Berater-Honorar-Töpfe habe?

sollte den Mut und den Willen
u verändern“.

Es gibt ja am Markt unterschiedliche Konzepte, wie man Software heute nutzen kann. Es gibt die klassischen „On Premise“-Lösungen, also Kauf und Betrieb im Unternehmen und es gibt Miet- und Leasingmodelle sowie Cloud-Modelle. Die große Herausforderung ist aber nicht immer unbedingt die Budget-Größenordnung. Viel häufiger stellt sich gerade für kleinere Firmen die Frage: Bin ich als Team in der Lage, ein ERP-Projekt zu stemmen. Da kann es tatsächlich interessant sein, sich Hilfe von außerhalb zu holen. Da kommen zum Beispiel auch Wirtschaftsinformatik-Studenten in Frage, die sich im Rahmen des Studiums mit ERP beschäftigen und in diesem Rahmen Master- und Bachelor-Arbeiten verfassen. So etwas hatten wir schon in der Praxis und das hat zu einer erfolgreichen Ausschreibung und Einführung geführt.

Ob großes oder kleines Unternehmen, man muss sich darüber im Klaren sein, dass eine ERP-Einführung Zeit braucht, die man sich auch nehmen muss. Ich vergleiche eine solche Einführung immer mit einer Herztransplantation. Auf so eine OP bereitet man sich vor und man begibt sich in die Hand eines Spezialisten. Danach geht man beziehungsweise das ERP-System wieder an den Start und alle überlebenswichtigen Prozesse müssen wieder verfügbar ein. Um im Bild zu bleiben, benötigt man auch nach dem ERP-Start eine Erholungsphase, in der die Dinge nachjustiert und überprüft werden. Dafür steht in kleineren Unternehmen oft zu wenig Zeit zur Verfügung. Generell gibt es heute Angebote, etwa auch in der Form von Cloud-Lösungen, mit denen man auch mit schmalen Ressourcen zum Ziel kommt.

Eine fundierte Analyse der eigenen Ziele und Prozesse bildet eine verlässliche Basis bei der Auswahl eines neuen ERP-Systems.

Okay, dann machen wir hier mal einen Sprung zurück zum Ausgangspunkt. Ich habe jetzt meine drei Anbieter identifiziert. Wie verfahre ich dann weiter?

Wenn das Projektteam die Anforderungen erfolgreich zusammengestellt hat, dann gilt es diese an die identifizierten Anbieter zu versenden. Ich empfehle auch schon mal vorab, Interviews mit diesen zu führen. Angesichts der Pandemie liegt es nahe, mit dem Anbieter eine Online-Präsentation per Videokonferenz durchzuführen, um schon mal ein Gefühl für Look und Feel der Software zu bekommen. Wenn möglich, sollte man den Anbieter für eine Vor-Ort-Präsentation ins eigene Haus kommen lassen. Wir haben gute Erfahrungen damit gemacht, dass wir uns das Unternehmen und die Abteilungen zeigen lassen, bevor wir mit unserer Präsentation beginnen. Wir nutzen diese Gelegenheit, um Fragen zu stellen und mit den Mitarbeitern ins Gespräch zu kommen. Dadurch entsteht für uns ein Bild, das wir in die Präsentation einfließen lassen können. Bei größeren Projekten bemühen wir uns sogar um einen Vorab-Termin zur Unternehmensbegehung, gerade auch, wenn es um komplexere Anforderungen geht. Anschließend ziehen wir uns zur Vorbereitung ein paar Tage zurück, bevor wir im Unternehmen präsentieren. Auch hier gilt, eine gute Vorbereitung führt zu einem guten Ergebnis. Als Interessent ist es wichtig, den Anbietern Zeit einzuräumen, damit diese die Anforderungen gut verstehen und sich einen Unternehmensüberblick verschaffen können. Für die Präsentation selbst ist es sicherlich sinnvoll, dem Key User-Team Checklisten mit den Must-have-Kriterien an die Hand zu geben, an denen es sich „entlang hangeln“ kann, um am Ende des Tages eine objektive Bewertung abzugeben und die Anbieter vergleichen zu können.

Das heißt, ich habe eine Art Matrix mit Häkchen und Kommentaren, mit der ich am Ende vergleichen und auswerten kann, wenn die Anbieter, die mich interessieren, da waren?

Das kommt vor, dass die Auswahl sehr gut vorbereitet ist und eine Matrix vorliegt, wo dann auch Bewertungskennzahlen abgegeben werden, die rein mathematisch betrachtet werden. Meine Empfehlung ist an dieser Stelle aber auch, den menschlichen Faktor zu berücksichtigen. Das eine sind Funktionalitäten und Anforderungen, das andere ist der Faktor Mensch: Wer steht mir da gegenüber? Komme ich mit den Menschen klar? Sprechen die meine Sprache? Kennen die meine Branche? Auch solche Kriterien sollten bei der Software-Auswahl mitberücksichtigt werden.

Aber Du hattest ja auch gefragt, wie das weitere Vorgehen ist. Es gibt komplexere Projekte, wo es sinnvoll ist, die Ziele und Anforderungen im Rahmen eines Workshops genauer unter die Lupe zu nehmen und präzise zu beschreiben, wenn etwa ein Customizing oder eine kleine Individualisierung notwendig ist. Hier braucht es für das Unternehmen die Sicherheit, dass das abgesprochene Individuelle auch bewertbar ist. In so einem Workshop empfiehlt es sich, das gebildete Projektteam zusammen zu holen, um dann abteilungsübergreifend über die Prozesse zu sprechen, denn die stehen im Vordergrund. Es geht ja gar nicht um die Einführung von Funktionalitäten, sondern um Prozesse, und zwar optimierte Prozesse.

Podcast über nachhaltige ERP-Auswahl

Das vollständige Gespräch mit Bernd Rech lässt sich in einer aktuellen Episode des Podcasts „Digitalisierung im Großhandel“ nachhören. Sie ist in der Mediathek auf der Website von Nissen & Velten zu finden (Link, QR-Code) und auf den gängigen Streaming-Plattformen wie beispielsweise Apple Podcasts oder Spotify.

https://www.nissen-velten.de/mediathek/podcasts/

News

Stelzenhaus mit Schnittoptimierung von eNVenta geplant

Erfolgreiches Projekt: Stefan Eibl mit seinen Kindern

Stefan Eibl, Teamleiter im Consulting von Nissen & Velten, hat in der Elternzeit ein Stelzenhaus mit Schaukel für seine Kinder gebaut. Für die Ermittlung und Bestellung der benötigten Holzbalken kam eine Schnittoptimierungslösung von eNVenta ERP für Stahlträger zum Einsatz, die er selbst in einem Kundenprojekt konzipiert hatte. Mit Erfolg: Der Materialverschnitt des Bauprojekts lag bei unter fünf Prozent.

Monitron: Amazon geht mit KI in die Industriewartung

Amazon hat Ende vergangenen Jahres auf der Konferenz „re:Invent“ seine Pläne auf dem Gebiet Industriewartung öffentlich gemacht. Unter dem Namen Monitron bietet Amazon Web Services Industrieunternehmen Predictive Maintenance-Dienstleitungen – also die vorausschauende Wartung – an. Konkret offeriert das Unternehmen den Kunden Wärme- und Vibrationssensoren, die ihre Daten über ein Gateway in die AWS-Cloud senden. Darüber hinaus sollen auch existierende Sensoren vernetzt werden. Mit Hilfe von Künstlicher Intelligenz soll die Lösung den Normzustand lernen und Anomalien erkennen, um letztere umgehend zu melden. Ziel ist es, defekte Bauteile vor dem Ausfall zu tauschen, um ungeplante Produktionsstopps zu vermeiden. Das Handelsblatt berichtete dazu, die Lösung Monitron stamme aus dem deutschen AWS-Entwicklungszentrum in Aachen und resümiert, AWS werde damit zu einem Wettbewerber von Siemens.

Studie zu digitalen B2B-Plattformen

Das Bonner Institut für Mittelstandsforschung hat im Auftrag der Friedrich-Ebert-Stiftung (FES) die Perspektiven digitaler B2B-Plattformen untersucht. Deutsche Unternehmen aus der Industrie und der IKT-Branche sind demnach in ihrem jeweiligen Segment bei der Entwicklung von plattformbasierten IoT-Geschäftsmodellen weltweit mit führend. Die Cloud-Infrastruktur wird zwar auch auf Geschäftskunden-Ebene von bekannten Größen wie Amazon und Microsoft dominiert, jedoch bietet das Domänenwissen deutscher Unternehmen Vorteile im Aufbau spezifischerer Plattformen. Insofern sind die Aussichten für deutsche Unternehmen, Wertschöpfungsanteile zu halten oder auszubauen, aktuell gut. Dennoch bleibt offen, wer zukünftig im B2B-Plattformsegment tatsächlich das Rennen macht, denn die großen Cloud-Plattformen versuchen mit Macht, Marktanteile auch bei diesen IoT-Lösungen zu gewinnen.

http://library.fes.de/pdf-files/wiso/17339.pdf

NORDWEST wächst deutlich trotz Corona

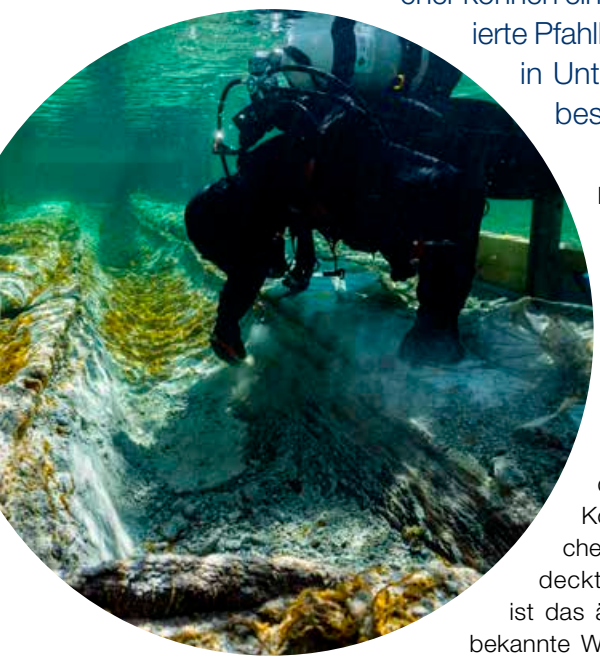
Die NORDWEST Handel AG hat trotz der Corona-Pandemie ein erfolgreiches Geschäftsjahr abgeschlossen.

Mit 3,8 Mrd. Euro Geschäftsvolumen und damit einem Anstieg von über 14 Prozent ist der NORDWEST Handel AG 2020, trotz der Auswirkungen der COVID-19 Pandemie, ein neuer Rekordwert gelungen. Mit 185 Mio. Euro ist zudem der höchste Lagerumsatz in der Unternehmensgeschichte erzielt worden und mit 11,2 Mio Euro das zweitbeste Ergebnis (EBIT) nach dem vergangenen Jubiläumsjahr. Aber nicht nur das Geschäftsvolumen konnte im Vergleich zum Vorjahr nochmal deutlich ausgeweitet werden, sondern auch die Anzahl der angeschlossenen Fachhandelspartner wuchs weiter. Im abgelaufenen Jahr konnte die Anzahl im Konzernverbund um 34 auf nunmehr 1.125 gesteigert werden.

Rund um den Bodensee

Ein über 4.000 Jahre alter Einbaum im Seerhein

Unterwasserarchäologen haben in diesem Frühjahr die Bergung eines über acht Meter langen Einbaums aus dem Bodensee erfolgreich abgeschlossen. Er stammt aus der Epoche des Übergangs von der Jungstein- zur Bronzezeit. Unsere Vorfahren, die solche Einbäume zur Fischerei und zum Transport verwendeten, lebten zu dieser Zeit in Pfahlbauten am Bodensee. Deren Fundstätten zählen heute zum UNESCO-Weltkulturerbe. Besucher können eine rekonstruierte Pfahlbausiedlung in Unteruhldingen besuchen.



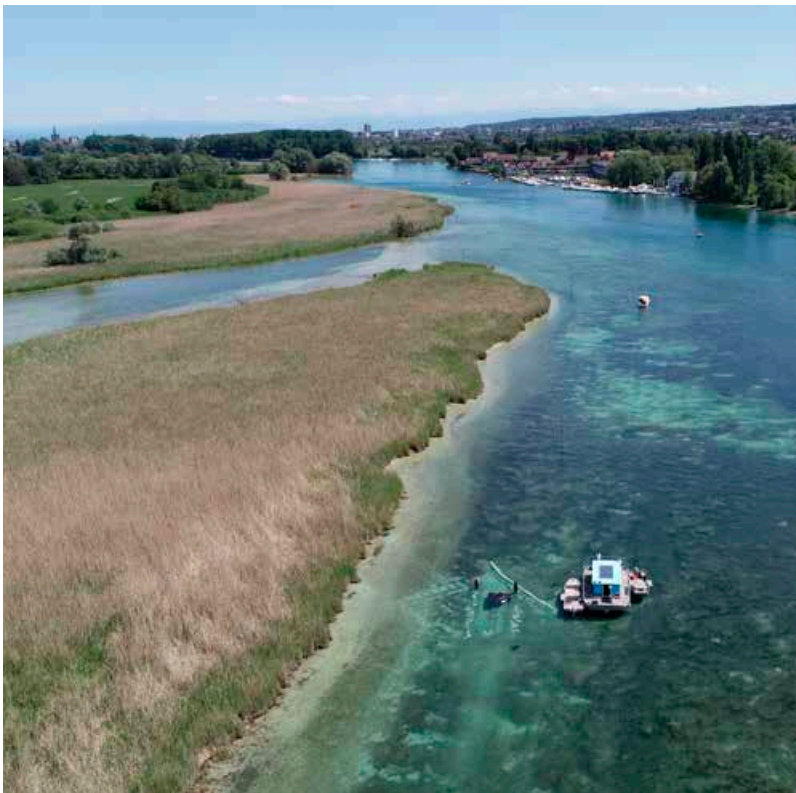
Forschungstaucher bei der Freilegung des Einbaums im Bodensee.

Der über acht Meter lange Einbaum aus der Zeit des 24. bis 23. Jahrhunderts vor Christus war vor drei Jahren in der Nähe von Konstanz im flachen Wasser entdeckt worden. Es ist das älteste bislang bekannte Wasserfahrzeug aus dem Bodensee. Warum der Einbaum genau an dieser Stelle im See versunken und so der Nachwelt erhalten geblieben ist, gilt als Rätsel. Für die Forscher ist das jedoch ein Glücksfall, der das Fahrzeug für die Nachwelt konserviert hat. Da der Einbaum weich und zerbrechlich ist, musste er in neun Teilstücke zersägt werden, bevor er aus dem Bodensee geborgen werden konnte. Die Unterwasserarchäologen arbeiteten daher Hand in Hand mit den Experten für die Restaurierung. Bei den Voruntersuchungen wurde bereits festgestellt, dass der Bug des Wasserfahrzeugs nicht mehr vorhanden ist. Der Rumpf wurde aus dem Stamm einer Linde hergestellt. Im Heck befindet sich ein eingesetztes Heckbrett aus Eiche. Die noch erhaltene Länge des Einbaums beträgt 8,56 Meter. Man kann sich mit etwas Phantasie gut vorstellen, wie die Bewohner von Pfahlbauten damit Waren zwischen Siedlungen transportierten oder zum Fischen auf den See fuhren.

Pfahlbauten: Leben über dem Wasser

Jungsteinzeitliche und bronzezeitliche Pfahlbausiedlungen finden sich rund um die Alpen. Aufgrund ihrer Einzigartigkeit und ihrer besonderen Bedeutung für die frühe Geschichte der Menschheit wurden diese Pfahlbauten im Rahmen einer internationalen Kandidatur in die Liste der UNESCO-Welterbestätten aufgenommen. Von den 111 Siedlungsplätzen befinden sich 15 in Südwestdeutschland. Sie liegen in der Flachwasserzone des Bodensees, aber auch in den Verlandungsgebieten des Federsees und in weiteren Kleinseen und Mooren Oberschwabens. Der Wissenschaft bieten sie Möglichkeiten zur Rekonstruktion vorzeitlicher Häuser, der Umwelt sowie der Wirtschafts- und Gesellschaftsformen aus einer Zeit, in der es in Mitteleuropa noch keine Schrift gab. So sind beispielsweise auch seltene Funde aus organischem Material erhalten, die an der Luft zerfallen wären: Neben Bauteilen von Häusern und Wegen sowie Nahrungsmitteln, Textilien und Geräten sind auch Überreste der ersten bekannten Fahrzeuge wie Einbäume und Wagenräder erhalten geblieben. Die Bewohner der Pfahlbauten waren kulturell keine homogene Gruppe. Die Archäologie kann 30 verschiedene „Kulturgruppen“ nachweisen. Die Pfahlbauer errichteten ihre Wohnhäuser aus Holz als

Die rekonstruierten Pfahlbauten des Museums in Unteruhldingen, das zwischen Überlingen und Meersburg liegt.

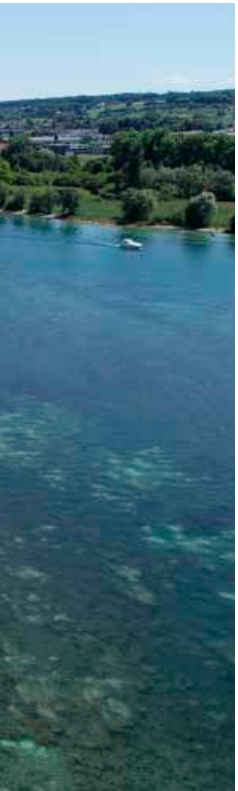


Lage der Bergungsstelle am Ufer des Naturschutzgebiets Wollmatinger Ried bei Konstanz.

Ständerbauten im flachen, ufernahen Wasser oder am Ufer und deckten sie mit Schilf, Böden isolierten sie mit Lehm und Rinde gegen Feuchtigkeit. Aus den Funden kann man schließen, dass die Pfahlbauer mit Pfeil und Bogen, Speeren, Fallen und Netzen jagten. Sie fischten mit Angelruten, Harpunen und Netzen, waren aber auch Ackerbauern und Viehzüchter. Um 850 v. Chr. ging die Zeit der Ufer- und Moorsiedlungen in der späten Bronzezeit zu Ende.

Die archäologischen Fundstellen des Welterbes „Prähistorische Pfahlbauten um die Alpen“ befinden sich im Wesentlichen unter Wasser oder in Mooren, sind dem Laien also nicht ohne weiteres zugänglich. Wer sich dennoch einen Eindruck von den Siedlungen unserer Vorfahren machen will, kann jedoch deren Rekonstruktion im Pfahlbauten-Museum am Bodensee besuchen. Hier in Unteruhldingen sind 23 rekonstruierte Häuser der Stein- und Bronzezeit zu besichtigen. Ihre Lebensweise wird bis hin zu einer „Steinzeitküche“ lebendig dargestellt.

Rainer Hill



Ein Forschungstaucher im Bodensee – im Hintergrund die schwimmende Arbeitsplattform.

Pfahlbauten Unteruhldingen

Bis zu 300 000 Besucher kommen jährlich in das moderne Museum mit der rekonstruierten Siedlung. Angesichts der Corona-Pandemie empfiehlt sich vor dem Besuch eine Überprüfung der aktuellen Öffnungszeiten und Regelungen auf der Website.

www.pfahlbauten.de

Für Sie gelesen

Wie Wirecard Wirtschaftsprüfer und Aufsichtsbehörden austrickste

Einen spannenden Wirtschaftskrimi hat der Journalist Felix Holtermann verfasst – nur eben keinen fiktiven, sondern einen sehr realen. Seine Recherchen zum Fall Wirecard lassen den Leser immer wieder staunen, wie eine Mischung aus Größenwahn, Gutgläubigkeit und Gier zum größten Wirtschaftsskandal der deutschen Nachkriegszeit führten.

Insofern ist das Buch von Felix Holtermann die Chronik eines Crashs mit mehreren Ankündigungen, die ignoriert wurden. Der Autor hat Wirecard früh kritisch durchleuchtet und brisantes, bislang unveröffentlichtes Material zutage gefördert – unter anderem die letzten Nachrichten des Vorstands Marsalek auf der Flucht. Seine Arbeit wurde mehrfach ausgezeichnet, unter anderem 2019 mit dem Deutschen Journalistenpreis.

Der Fall Wirecard gilt als größter Wirtschaftsskandal der Nachkriegszeit. Die Topmanager Markus Braun und Jan Marsalek wanderten in Haft oder tauchten unter. Über Jahre hinweg trommelten Analysten für die Aktie, Prüfer hielten die Hand auf, Aufseher schauten weg und Politiker gaben Schützenhilfe. Darüber hinaus mischten auch noch Geheimdienste mit und halfen am Ende bei der Flucht des Finanzvorstands. Das Buch rollt die Geschichte eines Unternehmens auf, dass mit Zahlungsdienstleistungen für Anbieter von illegalem Glücksspiel und Pornografie im Internet groß wurde und später als deutscher Digitalisierungschampion gefeiert wurde.

Holtermann dokumentiert, dass es schon sehr früh Anleger, Anlegerschützer und Journalisten gab, die misstrauisch wurden, aber mit Klagen und Kampagnen eingeschüchtert wurden. Wirecard beauftragte sogar PR-Agenturen, die Kritiker – darunter auch Holtermann selbst – diskreditieren sollten. Gleichzeitig gab es Analysten von Fondsgesellschaften und Banken, die fast bis zum letzten Tag Kursziele hochsetzten und Kaufempfehlungen aussprachen. Darüber und über viele weitere Fakten, die der Untersuchungsausschuss des Bundestages an das Tageslicht brachte, erfährt der Leser des Buches. Der Autor endet mit ganz konkreten Reformvorschlägen, die dazu beitragen sollen, einen zweiten Fall Wirecard zu verhindern.

Felix Holtermann
Geniale Betrüger
Wie Wirecard Politik und Finanzsystem bloßstellt
320 Seiten, broschiert
Westend, Frankfurt am Main
Euro 22,00; CHF 31,50

Impressum

Herausgeber: Jörg Nissen, Günter Velten

Redaktion: Rainer Hill (V. i. S. d. P.)

Design & Layout: Antonia Ried, riedesign.de

Anschrift der Redaktion:
Nissen & Velten Software GmbH
Redaktion „eNVenta – Magazin“
Goethestraße 33
78333 Stockach
Tel.: 07771/879-0
Fax: 07771/879-111
E-Mail: presse@nissen-velten.de
www.nissen-velten.de

© 2021 Nissen & Velten Software GmbH

Bildnachweise (Seitenzahl):

Adobe Stock / mymemo (12)
Adobe Stock / Hurca! (1, 4, 8, 16, 17)
Aichinger (1, 4, 19)
Bootswatch (7)
Stefan Eibl (23)
Friedrich Delker (9)
HEES + PETERS (1,4, 16,17)
F. Huber / submaris (4, 24, 25)
iStock / molnia (7)
iStock / z_wei (21)
Marion Kuchler (4, 14, 15)
LAD / P. Scherrer (24)
Nissen & Velten (3, 6, 10, 11, 14)
NORDWEST Handel (23)
Pfahlbauten / F. Müller (1, 25)
Bernd Rech (20)
Rothhaas (8)
Von der Heydt (18)
Westend Verlag (26)

Schenken Sie Kindern in Not

Ferien glück!

Pestalozzi Kinder- und Jugenddorf
Pestalozzi Kinderdorf 1| 78333 Wahlwies
07771 8003 122
c.horstmann@pestalozzi-kinderdorf.de
www.pestalozzi-kinderdorf.de/sommer

PESTALOZZI
Kinder- und Jugenddorf

Auch in diesem Jahr wollen wir den 150 Kindern im Pestalozzi Kinderdorf eine 3-wöchige Freizeit in den Sommerferien ermöglichen. Insbesondere da das zurückliegende Jahr für alle sehr belastend war. Die Kinder haben in ihren Herkunftsfamilien meist Schlimmes erlebt und für viele ist es das erste Mal, dass sie überhaupt Urlaub machen können. Die Freizeiten werden ausschließlich in Deutschland und in unmittelbaren Nachbarländern durchgeführt. Im letzten Jahr fand zum Beispiel eine Kletterfreizeit im Montafon statt. Von der Freizeit berichtet Julian* Folgendes: »Beim Klettern musste man über ein ganz dünnes Seil gehen und es ging neben mir ganz schön tief runter. Da war ich schon ein bisschen nervös. Aber als ich das geschafft hatte, war das ein richtig tolles Gefühl. Die Freizeit hätte gerne noch 6 Wochen so weitergehen können!«

Die **Nissen & Velten GmbH** engagiert sich seit vielen Jahren für das Pestalozzi Kinderdorf.

Spenden auch Sie für die Aktion Ferienglück und schenken Sie damit unvergessliche Erinnerungen!

*Name geändert

Pestalozzi Kinderdorf / IBAN: DE60 6602 0500 0007 7330 04
BIC: BFSWDE33KRL / Verwendungszweck: Sommer21

SCAN ME

PROXESS® Dokumentenmanagement

eNVenta ERP und PROXESS: Eine perfekte Kombination!

Die integrierte Lösung aus Warenwirtschaft, Workflow und rechtskonformer Archivierung

Erweitern Sie eNVenta ERP von Nissen & Velten mit dem passenden Dokumentenmanagementsystem: Verwalten Sie Ihre geschäftlichen Dokumente digital und sicher mit PROXESS. In der Kombination wird daraus ein leistungsfähiges Gesamtpaket aus Warenwirtschaft, Belegerkennung, Workflow und rechtskonformer Archivierung. Gerne zeigen wir Ihnen, wie Sie mit der Integration von PROXESS Ihre Prozesse produktiver und kostengünstiger gestalten können.

WWW.PROXESS.DE