

M A G A Z I N E

Der ICT-Berater für Entscheider



Traffic Intelligence

4

Der intelligente Datenfluss

Ausfallsichere Verbindungen und Verfügbarkeit unternehmenswichtiger Daten.

Gastartikel: Exzellenter Service

6

Traceability

8

GoLive!

11

Optimierung der Service-Prozesse

Was eine effiziente Software als Organisationshilfe leisten und erfüllen muss.

Rückverfolgbarkeit bei Lebensmitteln

Rechtliche und organisatorische Aspekte der Verbraucherschutzverordnung.

Die heiße Phase vor dem Start

Tauglichkeitsprüfung für neue Lösungen im Betriebsalltag.

Editorial

News: Teure alte PCs

Trickbetrug im Internet

2

Wege in die Zukunft

Liebe Leserin, lieber Leser!

Es ist noch gar nicht lange her, dass wir Ihnen die Nummer 1 unseres Beratermagazins vorstellen konnten. Unser erklärtes Ziel bleibt es auch mit dieser zweiten Ausgabe, durch qualifizierte Information Entscheidungsgrundlagen zu schaffen und komplexe Themen der Information & Communication Technology (ICT) leicht verständlich zu präsentieren. An dieser Vorgabe wollen wir uns nun von Ihnen messen lassen – denn die Themen dieser Magazinausgabe haben es in sich!

Im Titeltitel geht es um Traffic Intelligence, also sicheren Datenverkehr. Wir klären nicht nur, was genau man darunter versteht, sondern gehen der Frage nach, ob es sich nur um eine von vielen griffigen (englischen) Formulierungen oder um eine wirklich intelligente Lösung handelt. Kann Traffic Intelligence also den Unternehmen zu einem Wettbewerbsvorsprung verhelfen, Kosten sparen oder organisatorische Vorteile erbringen? Diese und andere Antworten finden Sie in diesem Artikel. Ein hochaktuelles Thema ist die Rück-



Gustav Rechenmacher

verfolgbarkeit im Lebensmittelsektor: wichtig natürlich für die Konsumenten, aber ebenso wichtig für die Unternehmen, die sich an die neuen Regeln halten müssen. Die Problematik der Verbraucherinformation wird mit einem Beitrag von Rechtsanwältin Elisa Lagni aus rechtlicher und von Michael Saltuari von TopControl aus organisatorischer Sicht beleuchtet.

Ebenfalls im Blickpunkt dieser Ausgabe stehen serviceorientierte Unternehmen. Diese haben häufig spezielle Anforderungen an Unternehmenssoftware

und müssen mit deren Hilfe organisatorische Herausforderungen bewältigen. Unser Gastartikel zu diesem Thema kommt von Herr Dr. Josef Böck, CEO des Unternehmens Singhammer IT aus München, das sich auf die Betreuung serviceorientierter Unternehmen spezialisiert hat.

„Last, but not least“, also, nicht zu vergessen: Wir sprechen über GoLive. Das ist kein neuer Tarif, sondern eine der wichtigsten Phasen beim unternehmerischen Starten neuer implementierter Lösungen. Was Sie als Unternehmer tun können und auf was Sie zwingend achten müssen, damit die GoLive-Startphase nicht zum Fehlstart wird, das erfahren Sie in unserem Artikel zum Thema.

Wir freuen uns, wenn Sie auch aus dieser Ausgabe Wissen und Informationen mitnehmen und diese in Ihrem Unternehmen verwenden können.

Mit informationsreichen Grüßen

Gustav Rechenmacher,
Herausgeber

Trends & Tendenzen

Outsourcing – Auslagerung von Unternehmensaufgaben

Outsourcing lieber in der Nachbarschaft

■ **Der Trend geht zu immer mehr Outsourcing. Die Auslagerung von Standarddienstleistungen durch die Unternehmen wird somit immer wichtiger und erfolgt laut einer Studie am liebsten in der näheren Umgebung.**

Grundlage für diese Erkenntnis war eine Onlinebefragung, die im Mai 2006 durchgeführt wurde. Dabei hat man untersucht, wie Unternehmen Outsourcing-Projekte planen und umsetzen und welche Erwartungen damit verbunden sind.

Teilgenommen haben 754 Fach- und Führungskräfte, von denen 71,6 % angaben, sich für eine Auslagerung von Aufgaben an einen externen Dienstleister entschieden zu haben. Von diesen wiederum versprachen sich 83 % den größten Nutzen von einer Zusammenarbeit mit ortsnahen Unternehmen.

Impressum

Herausgeber: SYSTEMS KG, www.systems.bz
St. Lorenznerstr. 34/c, 39031 Bruneck

Redaktion: Thomas Fedrigotti, Dr. Ulrich Beuttler

Schlussredaktion und presserechtliche Verantwortung: Dr. Ulrich Beuttler (www.protext.bz.it)

Fotos: Archiv, phion, Singhammer IT, Topcontrol, Santosuosso e Associati

Grafische Gestaltung und Layout: JUNG & C, Bozen, www.jung.it

Satz und Druckvorbereitung: www.hee-graphik.it

Druck: Lanarepro.com

Erscheinung: 3 x jährlich

Eingetragen beim Landesgericht Bozen: Nr. 8/2006 vom 04.05.2006

Jahrgang 1 | Ausgabe Nr. 2 | September 2006

Falls Sie das kostenlose „systems-Magazine“ abonnieren oder abbestellen möchten, schreiben Sie eine E-mail an: magazine@systems.bz

Branchenbezogen. Vor allem Handel und öffentliche Verwaltung legen beim Outsourcing Wert auf eine gute Nachbarschaft mit ihren Dienstleistern. Bei der Telekommunikationsbranche nimmt man hingegen auch längere Distanzen in Kauf und ist nicht so standortabhängig.

Umsatzstärke spricht mit. Eine gewichtige Rolle bei der Outsourcing-Strategie spielt auch das Geschäftsaufkommen. Unternehmen, die über einer gewissen Umsatzmarke liegen, akzeptieren größere Distanzen, während Betriebe mit geringerem Umsatz einen Outsourcing-Partner in der Umgebung suchen. ■

Gezielter investieren

■ Laut einer Studie ist das Thema Sparen in der IT noch nicht ganz außer Mode gekommen. Kostensenkungen werden jedoch differenzierter betrachtet als im Vorjahr. Die IT darf nämlich wieder etwas kosten, unter der Voraussetzung, dass sie Mehrwert erzeugt!

Von Investitionen in den IT-Infrastrukturbereich versprechen sich allerdings die Meisten keinen Wertzuwachs. Etwa 39 % der Befragten gaben bei einer Umfrage an, hier das größte Einsparpotenzial erkannt zu haben und auch zu nutzen.

Zuwächse in anderen Segmenten. Auch in Zukunft, sprich die nächsten fünf Jahre, wird bei der IT-Infrastruktur gespart werden, wo es geht. Anders sieht es in anderen IT-Segmenten aus. Bei Security, Mobility, CRM, Business Intelligence und ERP werden die Investitionen steigen. ■

Kein Spareffekt

■ Eine Studie der Gartner Group besagt, dass Unternehmen kein Geld sparen, wenn sie ihre PCs besonders lange einsetzen.

Bei Lebenszyklen bis zu sechs Jahren steigt nämlich der Wartungsaufwand. Gleichzeitig sinkt die Produktivität der Mitarbeiter an alten PCs. Laut Studie

verursachen PCs, die alle drei Jahre gewechselt werden, nicht mehr Kosten als Rechner, die bis zu sechs Jahre im Einsatz sind. ■

Gefährliche Abzocke

■ Phishing ist eine neue Art von Betrügerei im Internet. Das Erschleichen von Kreditkarteninformationen hat sich zu einem äußerst lukrativen Geschäftszweig entwickelt.

Beim Phishing wird per E-Mail versucht, den Empfänger irrezuführen und zur Herausgabe von Zugangsdaten und Passwörtern zu bewegen. Diese „Technik“ bezieht sich in den meisten Fällen auf Online-Banking und andere Bezahlsysteme. Nur die wenigsten Phisher räumen allerdings selbst die Konten leer. Es bringt ihnen mehr ein, wenn sie die illegal erworbenen Daten verkaufen. Unter Daten versteht man User-IDs, Passwörter, gültige Kombinationen aus Vor-, Nachnamen, Geburtsdatum und Kreditkartennummer sowie PINs und TANs.

Versteigerung durch Chatrooms. Die „geklauten“ Daten werden an spezielle

Foren und Chatrooms weiterverkauft. Die Betreiber dieser Foren machen teilweise mit Treuhandservice für die Transaktionen der Betrüger viel Geld. Kreditkartensammlungen werden ähnlich wie bei legalen Internetauktionen an den Höchstbietenden versteigert. Heiße Ware sind dabei natürlich gültige Daten-Kombinationen. Beispielsweise werden für 100 Datenkombinationen oft bis zu 6000 Dollar kassiert.

Behebung durch Strohmänner. Um schließlich ohne Risiken und Gefahren an das Geld der Betrogenen zu kommen,

werden Strohmänner angeworben. Diese eröffnen Konten und beheben das Geld direkt oder am Geldautomaten. Auf den Fotos der Überwachungskameras sind daher nicht die wahren Betrüger, sondern nur deren Handlanger zusehen.

Achtung bei Spam-Mails der Hausbank. Viele Spam-Mails werden als E-Mails der Hausbank getarnt, um somit direkt Daten vom Benutzer zu erfahren. Sobald solche Daten online erfragt werden, ist äußerste Vorsicht geboten. Diese Mails sollten sofort im Mülleimer landen. ■

Fachbegriffe

Phishing	Trickbetrug im Internet.
PIN	Persönliche Identifikationsnummer (PIN-Code) zur Identifikation an einem Automaten.
TAN	Transaktionsnummer, ein Begriff aus dem Electronic Banking.

N

3D ohne Brille

■ Philips hat ein TV-Gerät entwickelt, mit dem 3D-Effekte ohne spezielle Brillen wahrgenommen werden können. Der 42 Zoll große LCD-Fernseher ist bislang allerdings noch eine Studie. Preis und technische Details wurden nicht verraten.

E

Neue Wörter

■ Das nicht mehr ganz unbekanntes Wort VoIP (Voice over IP) hat es mit dem Verb „voipen“ zu einem Eintrag in den Duden gebracht. „Voipen“ wird demnach als „Telefonieren über Internet“ definiert. Neben „voipen“ haben es auch andere kuriose Wörter geschafft.

W

S

Basel II

■ Unternehmen sind nicht fit für die in knapp fünf Monaten EU-weit geltenden neuen Kreditvergabe-Regelungen nach Basel II. Mehrheitlich schätzen Unternehmer den Aufwand höher als den Nutzen. Nur eine Minderheit geht von einem höheren Nutzen aus.

Maximale Verfügbarkeit für unternehmenswichtige Daten

■ In sich immer rasanter entwickelnden Märkten kann es entscheidend sein, auf unternehmenswichtige Daten in Echtzeit zugreifen, die Kommunikation aufrecht erhalten und immer schnell agieren zu können. Die Grundlage für optimale und sichere Verfügbarkeit bietet Traffic Intelligence.

Geschäftsprozesse und Kommunikation werden im ICT-Bereich durch Datenfluss abgewickelt. Als Datenfluss, im Fachjargon „Traffic“, bezeichnet man den Austausch von Informationen innerhalb von Computernetzwerken. Aus Notwendigkeit wurden in den letzten Jahren Traffic-Management-Konzepte kreiert und stark weiterentwickelt. Nun spricht man bereits von „Traffic Intelligence“, also einer Art intelligentem Datenverkehr. Was kann eine solche computergenerierte Intelligenz zur Unternehmenskommunikation beitragen? Wir haben einen Versuch unternommen, das Traffic Intelligence-Konzept zu beleuchten und die Nutzeffekte zu analysieren. Zur Rate stand uns dabei Dr. Wieland Alge, CEO und Co-Gründer des Unternehmens „phion information technologies“, das den Begriff Traffic Intelligence und die dahinter stehende Technologie stark geprägt haben.

Die Ausgangssituation. Unternehmen kommunizieren nach außen und nach innen. Hat ein Unternehmen mehrere Filialen, Niederlassungen etc. an verschiedenen Standorten müssen diese jederzeit auf die gewünschten Informationen in der Zentrale zugreifen können. Vergleichba-

res gilt für Unternehmen, die zwar nur einen Standort haben, der Betrieb jedoch unterschiedliche Gebäude umfasst.

Um die Kommunikation innerhalb des Unternehmens zu gewährleisten, muss die Infrastruktur, sprich eine Datenleitung, zur Verfügung stehen. Anfangs standen zu diesem Zweck Standleitungen, wie etwa CDN-Leitungen oder Verbindungen mittels Einwahl zur Verfügung. Diese Möglichkeiten wurden aber oftmals „organisatorisch“ umgangen, indem z.B. Endlospapiere mit Daten per Hauspost verteilt oder mittels Post verschickt wurden. In der heutigen Unternehmenswelt ist das kaum noch vorstellbar.

Bausteine für Traffic-Konzepte. Informationen müssen von einem Standort zum nächsten oder von von einem Gebäude zu einem anderen gelangen. Dabei können verschiedene Umstände auftreten, die eine reibungslose Datenübertragung beeinträchtigen können.

- **Bandbreite:** Die Bandbreite definiert die Menge der Daten die pro Sekunde übermittelt werden können. Die Bandbreite muss daher an das Datenvolumen angepasst sein. Ist die Bandbreite ausgeschöpft, können anstehende Anfragen oder Geschäftsprozesse nicht mit akzeptablen Reaktionszeiten erledigt werden. Praxisbeispiel: Ein Sachbearbeiter will Auftragsdaten erfassen. Da die Datenleitung zu diesem Zeitpunkt aufgrund eines großen Downloads ausgelastet ist, braucht es zur Auftrags erfassung viel mehr Zeit



Dr. Wieland Alge: Einlösung des Versprechens der ICT-Branche.

als sonst und dieser Geschäftsprozess verzögert sich dadurch. Die Daten fließen spärlich und es entstehen entsprechende Mehrkosten durch den höheren Zeitaufwand.

- **Kostenfalle:** Datenübertragungen kosten Geld. Im xDSL-Bereich geht die Tendenz Richtung Flatrate. Bei mobilen Funkverbindungen hingegen ist die Abrechnungsmethode noch „cent per mb“ und kann sich sehr schnell als Kostenfalle entpuppen. Ein Beispiel hierfür ist UMTS.
- **Verfügbarkeit:** Werden Daten übertragen, die von extremer zeitlicher Dringlichkeit sind, müssen diese auch



Traffic-Management-Konzepte sind durchaus mit üblichen Straßenverkehrskonzepten zu vergleichen.

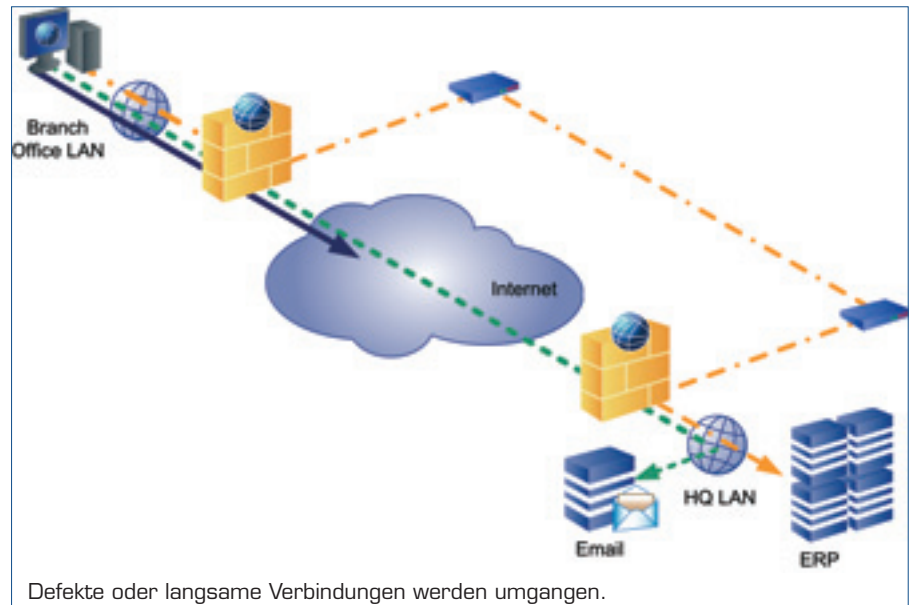
zeitnah oder in Echtzeit zur Verfügung gestellt werden. Für den Fall, dass eine Verbindung zusammenbricht, sollten solche dringenden Daten durch Alternativenverbindungen verfügbar gemacht werden.

- **Manageability:** Das Traffic-Verwaltungssystem muss trotz möglicher Komplexität verwaltbar und überschaubar bleiben.
- **Security:** Es ist unabdingbar zu wissen, was durch die Leitungen fließt. Handelt es sich wirklich immer um unternehmensrelevante Informationen? Nehmen wir ein analoges und sehr aktuelles Sicherheitsproblem: Sie sind Flughafenbetreiber. Da interessiert es Sie nicht nur, dass die Fluggäste ihr Gepäck aufgeben können, sondern Sie wollen auch sicher sein, dass sich in den Koffern nichts befindet, was die Flugsicherheit gefährden könnte.
- **Skalierbarkeit:** Reicht die bestehende Bandbreite nicht aus, so muss diese auf einfache Art und Weise erweiterbar sein oder mittels einer zusätzlichen Linie ergänzt werden können. Die Erweiterung sollte den bestehenden Dienst möglichst nicht lahm legen.

Das Traffic Intelligence-Konzept. „Traffic Intelligence ist die Einlösung des Versprechens, das die ICT-Branche abgegeben hat“, unterstreicht Wieland Alge den hohen Anspruch des Konzepts. „Mit geringen Kosten soll maximale Vernetzung erreicht werden. Letztlich geht es bei jedem Unternehmen, das seinen Geschäftsprozess in der ICT abgebildet hat, um die Verfügbarkeit dieses Prozesses. Verfügbarkeit im nichtlokalen Sinn, d.h. nicht nur die Datenbank muss laufen, sondern diese muss ihre Daten auch an das ganze Unternehmen ausliefern. Und genau hier setzt Traffic Intelligence an, indem Infrastrukturkomponenten, die gewöhnlich nur für Sicherheitsaufgaben da sind, optimale und globale Verfügbarkeit bei geringsten Kosten liefern.“

Der phion-Chef fügt ein simples Beispiel an: „Um es salopp auszudrücken: Die Weihnachtskarten können mit der normalen Post verschickt werden, während dringende Verträge besser mit UPS an den Bestimmungsort gelangen. Werbesendungen lässt man als Postwurf aussenden, wertvolle Sendungen hingegen werden versichert und mit Kurier zugestellt.“

Bei elektronischer Kommunikation ist das letztlich dasselbe. Die Provider stellen uns verschiedene Möglichkeiten zur Verfügung, miteinander zu kommunizieren: xDSL, MPLS, Funk etc.. Das sind „dicke“ und „dünne“ Leitungen, schnelle und langsame sowie auch garantierte Verbindungen. Traffic Intelligence hilft, diese Angebote intelligent zu nutzen und nicht gutes Geld für schlechte Kommuni-



kationsqualität auszugeben.

„Der Traffic-Intelligence-Ansatz unterscheidet sich vom normalen Traffic-Ansatz dadurch, dass Security, Connectivity und Management gezielt miteinander verbunden werden, sodass Unternehmen auf einfachste Weise ihre Kommunikation in skalierbarer, sprich erweiterbarer Art und Weise optimieren können.“ erklärt Alge. „Traffic Intelligence ist kein Feature, sondern ein Designansatz. „Herkömmliche VPN- oder Traffic-Konzepte gehen davon aus, dass die Verfügbarkeit eines typischen Internetzugangs das Optimum der ICT-Verfügbarkeit ist. Traffic Intelligence geht davon aus, dass dies erst dem Minimum von Verfügbarkeit entspricht“, so der Experte.

Der Nutzen. Die Vorteile von Traffic Intelligence sind schnell erklärt und einleuchtend: Mails kommen schneller an, die Telefonkommunikation ist verständlicher, die ERP-Applikation reagiert schneller.

Je nach verfügbaren Kommunikationsmöglichkeiten wird die Bandbreite optimiert und je nach Notwendigkeit werden unterschiedliche Leitungen genutzt. „Müssen Daten von A nach B gelangen und eine Leitung fällt aus, wird dank Traffic Intelligence der Datenfluss auf eine andere, funktionierende Leitung umgeleitet. Durch die Kommunikation über mehrere sichere Kanäle wird also höchste Verfügbarkeit ermöglicht.“

Auch hier wieder ein Praxisbeispiel: Wenn Produktionsaufträge in eine Auslandsfiliale gesendet werden, so müssen diese sicher und schnell ankommen, da sonst die Auslandsproduktion still steht. Hier werden durch Traffic Intelligence Kosten gespart, indem weniger wichtige Daten über langsamere und billigere Leitungen verschickt werden, während unternehmenswichtige Daten über teurere, jedoch ausfallsicherere Leitungen transportiert werden. Außerdem wird natürlich auch insgesamt die Datenverfügbarkeit erhöht.

Unternehmen und Traffic Intelligence.

„Jedes dezentral operierende Unternehmen ist für Traffic Intelligence prädestiniert“, meint Alge. Grundsätzlich muss jedoch jedes Unternehmen die passende Antwort auf diese Frage selbst ermitteln. Läuft der Betrieb weiter, wenn die Linien mal für einige Zeit blockiert sind? Oder drohen dann bereits ernsthafte Schwierigkeiten und finanzielle Einbußen? Wie lange kann der Betrieb von der Außenwelt abgeschnitten bleiben?

Wieland Alge präzisiert seine These: „Wenn es ein Unternehmen schafft, von Internet-gestützter Kommunikation völlig unabhängig zu bleiben, dann kann es mittelfristig auch auf Traffic Intelligence verzichten. Sonst nicht. Auf Traffic Intelligence zu verzichten, heißt letztlich, die Investitionen und den Aufwand, den man für Internet, ICT und Sicherheit geleistet hat, mit wesentlich kleinerem Nutzen abzuschreiben. Wer nicht auf Traffic Intelligence setzt, hat einen merkbar schlechteren Nutzungsgrad seiner ICT-Ausgaben“.

Der Zukunft entgegen. Traffic Intelligence ist ein lernfähiges Konzept, das dem Zweck der permanenten, sicheren und raschen Verfügbarkeit von Informationen immer besser gerecht werden wird. Traffic Intelligence wird nicht nur als optimierte Nutzung aller verfügbaren Ressourcen dienen, sondern auch gezielte Optimierung von Applikationen, Vermeidung von überflüssigem Datenverkehr und Komprimierung von großen Datenmengen ermöglichen. Eines wird aber auch in der Zukunft wichtig bleiben: Kosten sparen und maximale Verfügbarkeit gewährleisten, damit Daten zur richtigen Zeit am richtigen Ort zur Verfügung stehen. Denn genau dies garantiert einen konkreten Wettbewerbsvorsprung, getreu der Erkenntnis, dass nicht (nur) die großen die kleinen Wettbewerber fressen, sondern vor allem die schnellen die langsamen. ■

Spezielle Software als Organisationshilfe zur Unterstützung von Hightech-Produkten

■ Autor: Dr. Josef G. Böck

„HighTech – HighRisk“ heißt der Titel eines Buchs von Clemens Heidack aus dem Jahr 2000. Hightech-Produkte sind schnelllebig, komplex und in der Regel Teil einer vielschichtigen Systemumgebung – alles Eigenschaften, die jenseits allen Nutzens ein Ausfallrisiko für Kunde und Anbieter darstellen können. Wer solche Produkte verkauft und dafür Service leistet, muss eine ganze Reihe von Voraussetzungen schaffen, um das Risiko verlässlich zu beherrschen und gleichzeitig mit seinem Service dauerhaft Geld zu verdienen. Spezialisierte Software als Organisationshilfe spielt dabei für Hightech-Anbieter eine immer größere Rolle. Sie befreit von lästigen Routinearbeiten und erlaubt es dem Spezialisten, sich voll auf den Kunden und sein Problem zu konzentrieren. Was also sollte man von einer solchen Software heute erwarten?

Anforderung 1: zuverlässige Informationen über den aktuellen Preis, die Verfügbarkeit und den mitgelieferten Service zum Hightech-Produkt.

Sich ständig ändernde Produkte, teilweise täglich schwankende Preise und Verfügbarkeiten, mehrere Bezugsquellen für den gleichen Artikel – das alles sind typische Merkmale des Handels mit Hightechprodukten. Wer im Angebotsbereich mit nicht ständig aktualisierten Preisen und Produkten arbeitet, geht das Risiko ein, vom Kunden nicht berücksichtigt zu werden, weil der Mitbewerber auf dem neuesten Stand ist. Wer bei Auftragserteilung seine Verpflichtungen gegenüber

dem Kunden nicht fixiert, der bereitet seinen Spezialisten im Service eine Menge Arbeit, bis im Störfall klar ist, was geleistet werden muss. Wer Neuprodukte, Ersatz- und Austauschartikel nicht parallel in einem System verwalten kann, wird nicht schnell und flexibel reagieren können, wenn Servicetechniker einen Defekt beheben sollen.

Moderne Systeme verfügen über automatisch gepflegte Artikelkataloge mit ständig aktualisierten Verfügbarkeiten und Preisen. Im Moment des Angebots kann auf diese Artikelkataloge zugegriffen werden, beim Übergang in einen Auftrag werden die Produkte im Rahmen der allgemeinen Logistik verfügbar. Die Beschaffung von Neu- wie von Austauschgeräten läuft über gesteuerte Prozesse innerhalb eines Systems. Schon beim Angebot kann festgelegt werden, welche Zusagen im Servicefall pro Produkt eingehalten werden müssen. Die Chancen, einen Auftrag zu bekommen, steigen damit im gleichen Maße wie der Aufwand für die Organisation aller Postsales-Dienstleistungen sinkt.

Anforderung 2: Überblick, was der Kunde vor Ort im Einsatz hat und welche vertragliche Verpflichtung man dafür übernommen hat.

Tritt ein Störfall beim Kunden auf, geht es immer zuerst um die Frage – was genau hat der Kunde überhaupt und was davon funktioniert nicht? Da der Kunde das in der Regel selbst nicht verlässlich orten kann, hängt viel davon ab, ob und wie man schnell über die Installation beim Kunden Bescheid weiß. Eine



Dr. Böck: Risiko im Umgang mit High-Tech-Produkten senken.

Datenbank mit den installierten Produkten und Konfigurationen, den genauen Standorten und den Namen der Anwender oder Systembetreuer bildet den unverzichtbaren Einstieg in die Problemlösung. Installationsdaten, Hardware- und Softwarestände und schon früher aufgetretene Störungen liefern wichtige Hinweise für die Einleitung einer Störungsbehandlung. Gleichzeitig sollten natürlich auch Informationen aus der installierten Basis erkennbar sein, welche vertraglichen Verpflichtungen – Gewährleistung, Garantie, Wartungsvertrag mit Reaktionszeiten (Service Level Agreements) usw. der Service-Anbieter gegenüber dem Kunden hat. Das sorgt für Klarheit schon bei der Störungsannahme, das Risiko für Fehlleistungen oder Falsch einschätzungen sinkt.

Moderne Software erzeugt die installierte Basis automatisch bei der Lieferung und ist gleichzeitig offen für Fremdprodukte aus anderen Bezugsquellen. Bei jedem Gerät wird automatisch – oder nachträglich manuell – die vertragliche Verpflichtung hinterlegt. Jeder mit einem Servicefall betraute Spezialist hat so alles ohne Suchen im Zugriff, kann klare Auskunft zum Status geben und wirkt damit kompetent und wohl organisiert. Gleichzeitig wahrt er damit die kaufmännischen Interessen seines Arbeitgebers.

Anforderung 3: Verwaltung der Abläufe für den Austausch fehlerhafter Komponenten und die Zulieferung neuer Teile an den Kunden.

Praktisch jeder Hersteller von Hightech-Produkten hat seine eigenen Regeln, wie mit defekten Teilen zu verfahren ist und wie neue Teile in die Kundenkonfiguration gelangen sollen. Beim einen muss man als Partner nachweisen, dass man Produkte intern getestet hat; beim nächsten kann man Teile in jedem Sta-



Spezielle Software erspart Kopfzerbrechen bei Anbieter und Kunde.

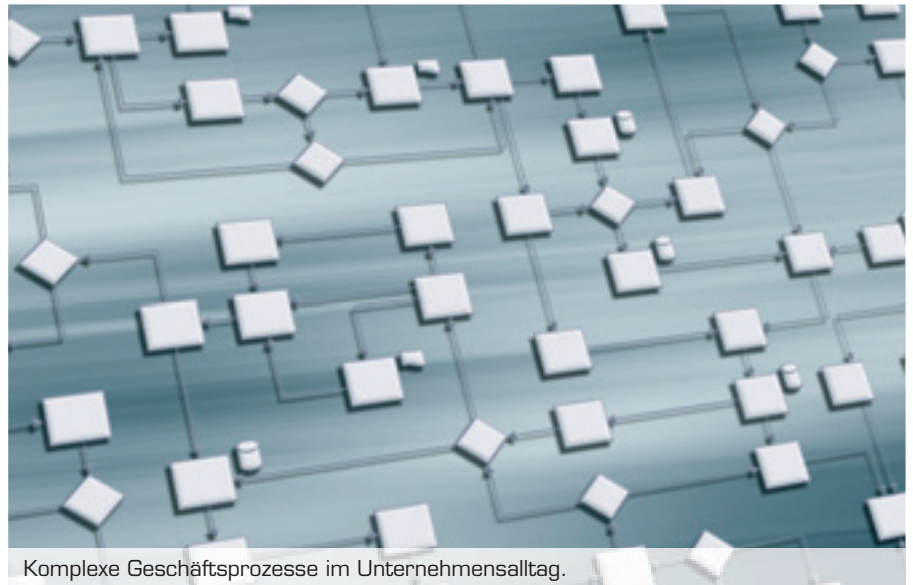
tus zurückgeben, Hauptsache, man hat eine RMA-Nummer; ein dritter schickt vorab Neuteile und will die defekten Teile als Ausgleich haben; ein vierter bezahlt zusätzlich zu den defekten Teilen auch noch höhere Pauschalen, falls man die Fehlerbehebung innerhalb bestimmter Zeiten geschafft hat. Die Möglichkeiten sind so vielfältig wie die Geschäftsmodelle der Hersteller. Als Anbieter will man gegenüber dem Kunden immer gleich kompetent auftreten, egal wie differenziert die Abwicklung im Hintergrund zu handhaben ist.

Spezialisierte Software kann die einzelnen Störungen verwalten und führt den Serviceverantwortlichen ohne Spezialwissen durch die einzelnen Prozesse. Die kaufmännische Abwicklung wird gleichsam automatisch mit erledigt. Reparaturaufträge, Rückholscheine, Lieferscheine für neue Teile, Lagerbuchungen, Bestellungen beim Hersteller – alles wird vom System verwaltet, spart Ressourcen und Zeit und sorgt gleichzeitig für kaufmännische Transparenz. Der Kunde wird schneller bedient und der Serviceanbieter kann zu jedem Zeitpunkt aktiv Auskunft geben, wie jeder Fall gerade steht. Neue Mitarbeiter innerhalb dieses Prozesses sind schneller und effektiver einzusetzen.

Anforderung 4: Steuerung von Zuständigkeiten und Verfügbarkeiten.

Kleine Hightech-Unternehmen mit wenigen Kunden können aus dem Kopf die Frage beantworten, welcher Techniker sich mit welchem Problem am besten auskennt und wann der Betreffende für die anstehende Lösung Zeit hat. Je mehr Spezialisten und Kunden ein Unternehmen hat, desto schwieriger werden Aussagen über spezifische Kompetenz und Verfügbarkeit zu machen sein und umso höher wird das Risiko, falsche Entscheidungen zu treffen.

Branchensoftware, die sich auf Dienstleistungen spezialisiert hat, verfügt über die Möglichkeit, Techniker und deren Wissen als Ressourcen sichtbar zu machen und damit zu steuern. Ob ein bestimmter Spezialist für einen definierten Kunden



Komplexe Geschäftsprozesse im Unternehmensalltag.

alles machen soll oder ob das Thema den Spezialisten bestimmt: eine zentrale Sicht auf alle Ressourcen mit ihren Skills und auf die Kunden mit ihren Anforderungen erleichtert die Entscheidungen. Durch Einsicht in die Tagespläne der Techniker, geplante Einsätze, Urlaubs- oder Fehlzeiten bekommt der Kunde verlässliche Aussagen und der Techniker klare Zeitvorgaben. Im gleichen System wird rückgemeldet, was erledigt ist, welche Materialien verbraucht wurden und welche Leistungen wie abgerechnet werden können. Das gibt dem Dienstleister Sicherheit in seiner Arbeit, während der Kunde sich im Mittelpunkt aller Bemühungen fühlt.

Anforderung 5: Überprüfung der Wirtschaftlichkeit von Wartungs- und Supportverträgen.

Fast alle Hightech-Unternehmen streben nach berechenbaren und dauerhaften Einnahmen aus ihrem Service-Geschäft. Wartungs- und Supportverträge sind dafür ein wichtiger Baustein. Ein Service-Vertrag bindet nicht nur beide Partner aneinander, sondern verlangt auch einen organisatorisch sauberen Umgang miteinander. Spätestens dann, wenn beide Partner vor der Entscheidung stehen, ob

Verträge weitergeführt werden sollen, muss klar erkennbar sein, welchen Vorteil sie in der Vergangenheit aus einem Vertrag gezogen haben. Für den Anbieter eines Vertrags stellt sich die Frage, ob sich der Vertrag „gerechnet“ hat, welche Leistungen auf den Vertrag abgerechnet wurden, ob eventuelle externe Partner sinnvoll eingebunden waren und ob man etwas an den Vertragsinhalten verändern muss, um Risiken für die Zukunft zu vermeiden. Gleichzeitig muss der Verwaltungsaufwand für das Management des Vertrags selbst möglichst niedrig sein. Die Antworten auf solche Fragen können eigentlich nur aus einem Werkzeug kommen, das sowohl kunden- als auch lieferantenseitig über ein integriertes Vertragsmanagement verfügt. Jeder Service-Auftrag, der gegen den Vertrag gebucht wird, jede Einkaufsrechnung und auch jeder Aufwand, der mit dem Vertrag zusammenhängt, muss auf Knopfdruck sichtbar und bewertbar sein.

Fazit: Moderne Software kann das Risiko im Umgang mit Hightech-Produkten nicht ausschließen, aber deutlich senken und damit beherrschbar machen. Für Serviceanbieter und Kunde eine gute Basis. ■



Katalogproduktion direkt aus dem Warenwirtschaftssystem!

Sie möchten direkt mit den Daten Ihres Warenwirtschaftssystems

Kataloge, Prospekte und Preislisten produzieren?

Oder Sie möchten mit diesen Daten noch einen Webshop betreiben?

Wir helfen Ihnen Artikelnummern, Beschreibungstexte und Fotos in Druckqualität aktuell vorzuhalten um sie bei Bedarf in verschiedensten Medien einzusetzen!

Setzen Sie sich mit uns in Verbindung!

LANAREPRO

Druck, Repro & Kommunikation

39011 Lana
info@lanarepro.com
www.lanarepro.com

Die neuen Rechtsvorschriften zur Verfolgbarkeit und Rückverfolgbarkeit von Lebensmitteln.

■ Zum 1. Januar 2005 ist für das Gemeinschaftsgebiet Verordnung Nr. 178/2002 vom 28. Januar 2002 in Kraft getreten. Die Verordnung sieht für alle Unternehmer der Lebensmittelbranche die Verpflichtung zur Anwendung eines Systems vor, mit dem die Herstellungskette eines Produkts verfolgt werden kann.

Artikel 18 dieser Verordnung führt aus, dass diese Regelung für alle Unternehmer der Lebensmittel- und Futtermittelherstellungskette gilt, die innerhalb der Herstellungskette mit Lebensmitteln, Futtermitteln, landwirtschaftlichen Rohstoffen (Tiere inbegriffen) und mit allen anderen Stoffen, die in einem Lebensmittel oder Futtermittel verarbeitet werden (z.B. Zutaten, Zusatzstoffe), in Berührung kommen.

Das Subjekt des Gesetzes ist daher nicht nur der Hersteller oder der Verkäufer des Produktes, sondern auch alle anderen Diener der Lebensmittelherstellungskette, wie, zum Beispiel, die logistischen Verteiler.

Die beim Lebensmittelrecht auferlegten Verpflichtungen können auf dieser Weise zusammengefasst werden:

a. Verpflichtung die Lieferanten der Produkte festzustellen.

Die Betroffene müssen in der Lage sein, ihre Lieferanten von Rohstoffen festzustellen, dass heißt „Wer hat was geliefert“. Der Unternehmer ist auf jeden Fall nicht verantwortlich, auf den Ursprung

des Rohstoffs zurückzugehen. Der Unternehmer muss einfach den Lieferanten feststellen, der, zum Beispiel, ein Landwirt, eine Sammelstelle, eine Verarbeitungsindustrie, aber auch ein Kaufmann, ein Broker oder ein Einführer sein könnte.

Die Unternehmer müssen insbesondere in der Lage sein, die wesentlichen Informationen über ihre Lieferanten und das Produkt den Behörden zu geben (Name und Telefonnummer von dem Lieferant, Art des Produktes u.s.w.)

b. Die Verpflichtung die Unternehmen, denen die Produkte geliefert sind, festzustellen.

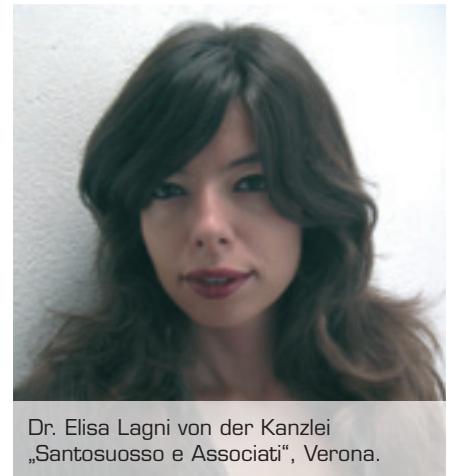
Absatz 3 des Artikels 18 verschreibt eine zweite Verpflichtung: die ökonomischen Unternehmer, denen die Produkte geliefert sind, festzustellen, das heißt „Wer hat welche Produkte bekommen“. Der Unternehmer muss daher mit Ausnahme von privaten Endverbrauchern seinen direkten Kunden feststellen können. Es gibt, daher, keine Verpflichtung die Stufen nach der Verarbeitung, der Vermarktung, dem Vertrieb, bis zum Verkauf des Produktes zu folgen und zu kennen.

Auch in diesem Fall gibt es die Verpflichtung den kompetenten Behörden die verlangten wesentlichen Informationen zu geben (Name und Adresse von dem Käufer, Art der verkauften Produkte).

c. Die Verpflichtung die Produkte in einer zur Verfolgbarkeit geeignete Weise zu etikettieren.



Die Herkunft der Lebensmittel wird genau unter die Lupe genommen.



Dr. Elisa Lagni von der Kanzlei „Santosuosso e Associati“, Verona.

Absatz 4 sieht auch die Notwendigkeit vor, um die Verfolgbarkeit der Produkte zu erlauben, dass die Lebensmittel und Futtermittel, die in den Gemeinsamen Markt treten, in einer zur Verfolgbarkeit geeignete Weise etikettiert werden.

d. Die Verpflichtung die Lebensmittel vom Markt zurückzunehmen, wenn sie die Sicherheitsanforderungen nicht erfüllen.

Artikel 19 der Verordnung sieht schließlich vor, dass die Unternehmer in der Lage sein müssen, die Produkte vom Markt zurückzunehmen, die die Sicherheitsanforderungen nicht erfüllen.

Die Verordnung verschreibt keinen Erlass von spezifischen Maßnahmen für die Unternehmer, sondern lässt sie frei, die Maßnahmen zu treffen, die sie für die Sammlung und die Verwahrung der für die Verfolgbarkeit des Produktes notwendigen Informationen, geeignet behalten (z.B. Archivierungskriterien der Handelsrechnungen, elektronische Geräte, Strichcodes u.s.w.).

Wer sich den neuen Rechtsvorschriften nicht angleicht, hat keine Folgen juridischer Art, sondern nur wirtschaftlicher und kommerzieller Natur zu tragen. In den Großformen des Handels, zum Beispiel, ist die Abgabe der „verfolgten“ und „verfolgbar“ Produkte schon ausdrücklich den Lieferanten verlangt. Daher kann in diesen Fällen die Nichtergreifung von Verfolgbarkeitssysteme den Ausschluss aus dem Markt von denselben Lieferanten oder Vertragsverletzungen zur Folge haben. Für die Lieferanten des traditionellen Handels kann dagegen die Ergreifung eines Verfolgbarkeitssystems ein Mittel sein, um die Wettbewerbsfähigkeit ihrer Produkte, im Vergleich zu den von der Konkurrenz nicht angepassten Produkten, zu steigern. ■

Rückverfolgbarkeit aus organisatorischer Sicht

■ Ein Interview mit dem Geschäftsführer der Firma TopControl, Michael Saltuari.

Systems: Sind die Vorschriften zur Rückverfolgbarkeit von Lebensmitteln EU-weit gleich oder unterscheiden sich diese von Land zu Land?

Saltuari: Schon seit vielen Jahren gibt es im Bereich der Lebensmittelindustrie Richtlinien und Vorschriften auf nationaler Ebene, die jedoch keine große Wirksamkeit zeigten und von den Lebensmittelherstellern nicht immer ernst genommen wurden. Gerade die Schwierigkeit der Rückverfolgung bei Import- und Exportprodukten oder der Versuch einer stufenlosen Rückverfolgung (Chargenrückverfolgung) ließen die ersten Rückverfolgbarkeitsanstrengungen kläglich scheitern.

Aufgrund der vielen Lebensmittelskandale der letzten Jahre (BSE, genmanipulierte Lebensmittel usw.) wurde die Haltung der Käufer gegenüber ihren Lebensmitteln allerdings immer kritischer - anders als noch vor einigen Jahren sind die Verbraucher heute für diese Fragen sensibilisiert. Unternehmen, die an der Herstellung der Lebensmittel beteiligt sind, werden in immer größerem Maße in die Pflicht genommen.

Aus der Notwendigkeit heraus, Transparenz in der Lebensmittelbranche zu schaffen und das Vertrauen der Konsumenten wieder zu gewinnen, wurde mit dem Inkrafttreten von Artikel 18 der EU-Verordnung 178/2002 zum 1.1.2005 für alle Beteiligten der Wertschöpfungskette die Rückverfolgbarkeit von Waren verbindlich. Es gibt somit jetzt einheitliche länderübergreifende Standards, um die lückenlose Rückverfolgung der Lebensmittel vom Ursprung bis zur Endverkaufsstelle zu gewährleisten. Diese Verordnungen sind den nationalen Standards übergeordnet und sollen dem Verbraucher Sicherheit und Vertrauen geben.



Ein Ei gleicht dem anderen - der Erzeuger muss zu ermitteln sein.

Wie verhalten sich die Betroffenen Unternehmen in Südtirol? Wird die Verpflichtung eher aufgeschoben, gemäß dem Motto: „Solange ich keine Strafe bekomme, unternehme ich auch nichts“, oder hat man sich bereits darauf eingestellt? Was sind ihre Erfahrungen?

Die Unternehmen in Südtirol sind für das Thema sehr empfänglich, nicht zuletzt durch die Einführung von diversen Verordnungen und Richtlinien wie z.B. den IFS (International Food Standard) oder den EUREPGAP (Richtlinie für frisches Obst und Gemüse). Die großen Industriebetriebe haben ihren Produktionsprozess schon vor Jahren den nationalen und jetzt den EU-Standards angepasst und arbeiten mit Managementsystemen zur Gewährleistung der Rückverfolgbarkeit ihrer Produkte. Klein- und Mittelbetriebe haben oftmals nicht die Möglichkeit - nicht zuletzt aus finanziellen Gründen,

eine so umfassende Qualitätssicherung zu garantieren wie die Großbetriebe. Bisher wurden bei Verstößen auch nur geringe Strafen verhängt und die Kontrollen erfolgen nur sehr sporadisch. Es gibt sicher auch einige Unternehmer, die den Gesetzesgedanken nicht so ernst nehmen. Im Großen und Ganzen kann aber schon gesagt werden, dass sich alles in Richtung Rückverfolgbarkeit bewegt.

Wo liegen bei der Rückverfolgbarkeit die Herausforderungen aus Organisatorischer Sicht?

Die größten Herausforderungen und Probleme liegen in der Gewährleistung der stufenübergreifenden Rückverfolgbarkeit bzw. der Rückverfolgbarkeit der Lebensmittel über die gesamte Lebensmittelkette bis hin zum Ursprung. Momentan beschränkt sich die Rückverfolgbarkeit auf „one step up“ oder „one step down“, d.h. der Unternehmer muss nur seinen

Umsatz gesucht?

FRESH
EGGS
FOR SALE

mc11 übernimmt Marketing-
und Vertriebsprojekte von der Strategie
bis zur Umsetzung – schlüsselfertig
info@mc11.it / www.mc11.it / 0471 631230

mc11 | MANAGEMENT
CONSULTANTS
strategie & operative umsetzung



Michael Saltuari: „Es muss nachweisbar sein, was wann an wen und in welcher Menge geliefert wurde“.

unmittelbaren Lieferanten und seinen unmittelbaren Abnehmer identifizieren. Dies ist vor allem auf die Standardisierungsprobleme zwischen den Betreibern von Rückverfolgbarkeitssystemen zurückzuführen. Die angebotenen Systeme sind untereinander nicht kompatibel, so dass Datensätze aus einem System nicht ohne weiteres in ein anderes übertragen werden können. Fallen beispielsweise fehlerhafte Produktchargen in einem der Systeme auf, so ist die Möglichkeit der automatisierten Rückverfolgung auf dieses System beschränkt. Wurden Teile der gleichen Charge auch an ein weiteres Unternehmen geliefert, das jedoch ein Rückverfolgungssystem eines anderen Dienstleisters nutzt, so ist an dieser Stelle die Informationskette unterbrochen.

FAZIT: Rückverfolgbarkeit ist zwar innerhalb eines Unternehmens, aber (noch) nicht automatisiert über die gesamte Lebensmittelkette möglich.

Unternehmen kritisieren oft den Hang zur Übertreibung bei diesem Thema. Rückverfolgbarkeit ja, aber mit Mass und Ziel, fordern sie. Wie sehen Sie diese Kritik? Sind die Auflagen überzogen oder braucht es genau diese Verordnungen?

Diese Verordnungen sind aus der Notwendigkeit entstanden, nach den Skandalen der letzten Jahre Transparenz in der Lebensmittelindustrie zu schaffen. Die ständige Sensibilisierung der Konsumenten drängt die Lebensmittelhersteller heute nahezu, sich an diese Richtlinien zu halten.

Es ist sicher nicht gerechtfertigt, von Übertreibung zu sprechen, denn entweder wird Rückverfolgbarkeit tatsächlich gewährleistet oder eben nicht. Das System muss allerdings den Anforderungen, dem Nutzen und nicht zuletzt der Größe des Unternehmens angepasst sein. Kleinbetriebe, die nur sehr kleine Mengen von Lebensmitteln verarbeiten oder produzieren, haben sicherlich andere Anforderungen an das System als Großbetriebe, bei denen das gesamte Rückverfolgbarkeitssystem vollautomatisch ablaufen muss.

Gibt es für den Endverbraucher aufgrund der neuen Verordnung mehr Schutz bezüglich Qualität, Frische und Haltbarkeit oder hat sich da durch die Rückverfolgbarkeit wenig geändert?

Doch, auf jeden Fall. Ein transparentes Qualitätsmanagement über alle Stufen der Produktionskette ist notwendig für die Sicherung der Unbedenklichkeit und Qualität von Lebensmitteln und für das Vertrauen der Konsumenten in die Qualität der Herstellungsprozesse und Produkte. Ein solches Qualitätsmanagement wird garantiert durch unterschiedliche

Informationen, die aus Rückverfolgbarkeitssystemen hervorgehen oder von diesen gefordert werden: verschiedene Los- und Chargennummern, Abfüll-, Produktions- und Haltbarkeitsdaten. Und genau diese Informationen geben dem Konsumenten Auskunft über Qualität (Herkunft), Frische und Haltbarkeit.

Wie kann der Rückverfolgbarkeitsprozess so erklärt werden, dass er auch für nicht Eingeweihte nachvollziehbar ist?

Rückverfolgbarkeit ist mit der Fähigkeit zum Rückruf gleichzusetzen. Das bedeutet: problematische Produkte können aus jeder Verarbeitungstufe aus allen Kundenunternehmen wieder zurückgerufen werden. Ziel der Rückverfolgbarkeit ist es also, ein durchgängiges System zu entwickeln, innerhalb dessen sich einzelne Rohstoffe, Produkte usw. entlang der gesamten Produktions- und Lieferkette bis zum jeweiligen Hersteller zurückverfolgen lassen.

In kurzen Worten: Es muss nachweisbar sein, was wann an wen und in welcher Menge geliefert wurde um eventuelle Problemchargen sofort vom Markt nehmen zu können.

Worauf muss bei einer nutzergerechten Lösung geachtet werden?

Das Wichtigste ist, dass der Lösungsansatz auf das Unternehmen abgestimmt ist, d. h. der Nutzen und die Kosten müssen den Bedürfnissen und den Anforderungen jedes einzelnen Unternehmens angepasst werden. Eine entsprechende Beratung und Analyse im Vorfeld durch geschulte und kompetente Fachleute ist unabdingbar.

Wie sehen Sie die Zukunft? Werden verbesserte Technologien den Prozess erleichtern? Wird die Rückverfolgbarkeit irgendwann kein Problem mehr darstellen?

Die Durchführbarkeit und Umsetzung solcher Systeme wird in Zukunft zunehmend problemloser werden. Der Prozess der Rückverfolgbarkeit wird durch neue Technologien im Hinblick auf das Ziel weiter optimiert, eine (automatische) stufenlose Rückverfolgbarkeit zu gewährleisten. Die Fortschritte in der elektronischen Datenverarbeitung sind die Grundvoraussetzung, damit die Rückverfolgbarkeit mit einer hohen Genauigkeit erfolgen kann. Neue Produktionshallen und -prozesse von Unternehmen der Lebensmittelindustrie werden heute nur noch so geplant, damit die Rückverfolgbarkeit problemlos möglich ist und somit auch keine Zusatzkosten für die Unternehmen entstehen, die sich am Ende wieder negativ auf den Konsumenten auswirken würden.

Vielen Dank für das Gespräch!



Die neuen Verordnungen garantieren mehr Schutz für den Endverbraucher.

GoLive! Die heiße Phase vor dem Start

■ **GoLive** – das klingt schon fast wie ein Lebensmotto. Und wenn man sich die Sache genauer anschaut, könnte es auch glatt eines sein: ein (Über-)Lebensmotto für Unternehmen. Die **GoLive-Phase** ist nämlich jene „heiße Phase“, in der Informatik-Lösungen erstmals zum operativen Einsatz im Betriebsalltag kommen.

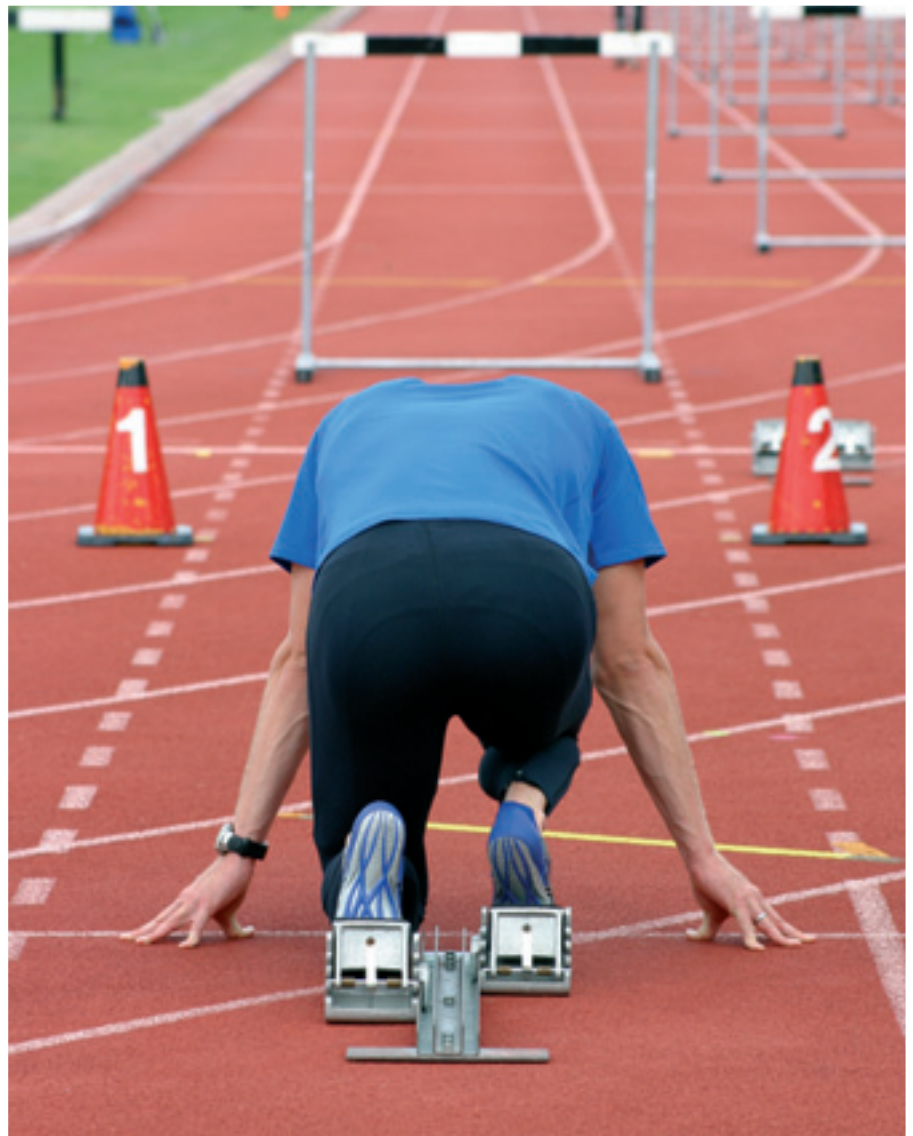
Mit dem englischen Begriff **GoLive** verbindet man zunächst eine gewisse Aufbruchstimmung: „etwas zum Leben erwecken, „mit Leben erfüllen“ oder auch „etwas aktivieren“. Für ICT-Spezialisten handelt es sich vor allem um einen Fachbegriff aus dem ERP-Bereich, der eine kritische Phase umschreibt. Die Definition klingt in etwa so: unterstützte Produktivschaltung von ERP-Anwendersoftware und weitere Systemoptimierung durch Berater. Im Klartext heißt dies, dass Programmabläufe und Transaktionen zunächst nur getestet und Einstellungen nur vorgenommen werden, um Prozesse darzustellen. In der **GoLive-Phase** werden dann alle Transaktionen operativ im Normalbetrieb angewandt. Mal quergedacht, also nicht nur auf ERP bezogen, gibt es eine **GoLive-Phase** im weiteren Sinne eigentlich bei jeder Neueinführung oder Änderung von Software- und Systemlösungen.

Auf was es in der GoLive-Phase ankommt. Lösung gekauft, installiert, getestet - und doch noch nicht einsatzbereit! Denn auch wenn alles auf Herz und Nieren geprüft wurde, können immer Punkte auftreten, die außer Acht gelassen wurden.

- **Systemanforderung.** Klassisches Beispiel für die **GoLive-Phase** eines ERP-Systems: Die Software wurde für 1 – 2 User getestet und funktionierte prächtig. Aber was passiert, wenn 20 User zugleich arbeiten? Bleibt das System stabil? Ist es stark genug ausgelegt? Fragen, die eigentlich selbstverständlich sein sollten, jedoch in der Praxis immer wieder unterschätzt werden.

- **Faktor Mensch.** Ein weiterer „Knackpunkt“ sind die intern beschäftigten Mitarbeiter. Sind sie gegenüber Neuerungen an Ihrem Arbeitsplatz positiv eingestellt? Verhalten Sie sich neutral oder gleichgültig? Oder sind sie eher ablehnend?

Die Wichtigkeit der **GoLive-Phase** ist den positiv eingestellten Mitarbeitern im Allgemeinen bekannt: Sie arbeiten aktiv mit. Neutrale oder gleichgültige Mitarbeiter warten ab. Ihnen ist die Wichtigkeit eher nicht klar. Negativ eingestellten Mitarbeitern ist die Wich-



Volle Konzentration vor dem Start. Hält der Testbetrieb, was er verspricht?

tigkeit der Einführungsphase sehr wohl bewusst, sie sperren sich jedoch dagegen. Vor allem, wenn diese Mitarbeiter schon länger im Betrieb sind, wollen sie einfach nicht vom alten System oder von der alten Software abgehen. Sie zögern die **GoLive-Phase** raus und „legen sich quer“. Dazu kommen noch Krankheit, Urlaub oder Austritt. Deshalb kann der Faktor Mensch sehr wohl das „K.O.“ für ein neues ERP-System bedeuten.

- **Mangelnde Schulung.** Schwache oder sogar fehlende Schulung sind ein wei-

teres Problem des Projektablaufes und der Projektplanung. Eine neue Software bzw. neue Systeme werden grundsätzlich nur effizient und vollständig genutzt bzw. überhaupt richtig angewendet, wenn zuvor eine ausführliche Schulung durchgeführt wurde.

- **Organisation und Prozesse.** Auch Organisation und begleitende Prozesse können Hindernisse darstellen. Wurden bestehende Prozesse übernommen? Wenn ja, sind diese korrekt in der Software abgebildet? Es ist oft ratsam, die bestehenden Prozesse neu

Fachbegriffe

ERP (Enterprise Resource Planning)	Ein ERP-System ist eine komplexe Anwendungssoftware zur Unterstützung der Ressourcenplanung eines Unternehmens.
GoLive	Der Zeitpunkt, zu dem Lösungen erstmals operativ im Betriebsalltag eingesetzt werden.

zu beleuchten und analysieren. Denn ist ein Prozess erst einmal falsch eingespielt und abgebildet, wird der Weg zurück kein leichter sein. Energie, Zeit und somit Geld wurden aus dem Fenster geworfen.

Herausforderung für die Führungskräfte. Eine GoLive-Phase wird nur erfolgreich vollzogen, wenn alle Bausteine berücksichtigt werden. Führungskräfte oder Unternehmer tragen selbst einen wesentlichen Beitrag zum Gelingen dieser Phase bei. Denn ihre Aufgabe ist es, die Mitarbeiter zu sensibilisieren, aufzuklären und zu informieren. Eine Sensibilisierung der einzelnen Mitarbeiter oder der Abteilung für die jeweilige Prozesse kann natürlich auch durch das IT-Unternehmen erfolgen, aber immer mit Unterstützung des Unternehmers, eines Lenkungsausschusses oder des Vorgesetzten.

Eine wesentliche Frage ist auch, wie die Führungskräfte selbst die Lösung sehen. Wird sie als notwendiges Übel gesehen, als Muss, oder als Investition die sich rechnet? Einigen Führungskräften ist die GoLive-Phase nicht so wichtig und sie stellen daher kein entsprechendes Budget zur Verfügung. Wieder andere wollen das „Allerbeste“ und meinen, Sie müssten „Alles“ haben; dabei verlieren sie gerne das Wesentliche aus den Augen.

Schließlich die ICT-Profis im Unternehmen. Die wissen, dass eine Software oder ein System ohne entsprechende Begleitung beim und nach dem GoLive zu mangelnder Akzeptanz bei den Mitarbeitern führt, sie schätzen daher die Begleitung durch das Projektteam.

Anforderungen an das Projektteam. Natürlich sind Professionalität und Fachwissen unverzichtbare Voraussetzung für das Projektteam. Aber das reicht nicht aus, um die Kompetenz beurteilen. Hat das Projektteam die kritischen Punkte der GoLive-Phase erörtert und berücksichtigt? Werden bei Neuerungen, respektive Änderungen die Anwender

Checkliste für einen erfolgreichen GoLive:

1. Sind die Ziele und Vorteile (Möglichkeiten, Risiken, Ergebnisse!) des neuen Systems definiert und allen Verantwortlichen bekannt?	<input type="checkbox"/> JA	<input type="checkbox"/> NEIN
2. Wurden ausreichend Tests und Simulationen durchgeführt?	<input type="checkbox"/> JA	<input type="checkbox"/> NEIN
3. Sind die Knackpunkte vom Projektteam erörtert und berücksichtigt worden?	<input type="checkbox"/> JA	<input type="checkbox"/> NEIN
4. Beim GoLive einer Software, wurde ein ganzheitlicher Belastungstest vom System durchgeführt?	<input type="checkbox"/> JA	<input type="checkbox"/> NEIN
5. Sind die beteiligten Mitarbeiter ausreichend informiert und geschult?	<input type="checkbox"/> JA	<input type="checkbox"/> NEIN
6. Stehen die Führungskräfte hinter dem Projekt?	<input type="checkbox"/> JA	<input type="checkbox"/> NEIN
7. Sind nach und während der GoLive-Phase die konkreten Ansprechpartner bekannt und stets erreichbar?	<input type="checkbox"/> JA	<input type="checkbox"/> NEIN
8. Ist effizienter Support seitens des internen oder externen Projektteams gewährleistet?	<input type="checkbox"/> JA	<input type="checkbox"/> NEIN
9. Stehen auch nach der GoLive-Phase genügend Ressourcen (Mitarbeiter, Budget, Projektverantwortliche) zur Verfügung?	<input type="checkbox"/> JA	<input type="checkbox"/> NEIN

Auswertung:

- 0 - 3 JA = GoLive-Phase zum Scheitern verurteilt
- 4 - 6 JA = GoLive-Phase wird beherrscht, offene Punkte prüfen
- 7 - 9 JA = GoLive-Phase unter Kontrolle, Erfolg garantiert

rechtzeitig geschult? Das sind nur einige Fragen. Es lohnt sich, dazu unsere Checkliste genauer anzusehen.

Entscheidend ist auch, was nach der GoLive-Phase passiert! Ist der verantwortliche Ansprechpartner immer erreichbar? Hat er einen Vertreter? Wird der Support gewissenhaft durchgeführt, gemäß des Versprechens: „Wir lassen niemanden im Regen stehen“?

And now GoLive! Die Dauer der GoLive-Phase hängt wesentlich von der Unternehmensgröße ab. Je nach Projektumfang kann die heiße Phase einen Tag oder auch 7 bis 10 Tage dauern. Letztendlich sind alle Beteiligten, egal ob Kunde oder Lieferant, gleichermaßen für den Erfolg verantwortlich.

Ist Ihr Unternehmen bereit für GoLive und einen Start ohne Hindernisse?

Und was dann? Nach Abschluss der Go-

Live-Phase geht es eigentlich erst richtig los. Was ist gut gelaufen? Was nicht? Wurden die Prozesse korrekt abgebildet oder sollen diese nochmals überdacht werden? Wurden die Projektziele erreicht? Es gilt, einen Ist-Soll-Zustand zu ermitteln und Schlüsse daraus ziehen. Was sind die weiteren Schritte? Die Post-GoLive-Phase kann je nach Anforderung und Zielen Wochen, Monate, oder sogar Jahre dauern. In diesem Zeitraum werden die weiteren Maßnahmen ergriffen, die dem Unternehmen einen wirklichen Wettbewerbsvorsprung durch die neue ICT-Lösung erbringen.

Fazit: Die GoLive-Phase erfolgreich zu bestehen, bedeutet, schon halb gewonnen zu haben. Doch wer will schon halbe Sachen? Um den vollen Erfolg eines Projektes zu garantieren, muss intensiv in die Zukunft gedacht werden. Und diese beginnt eben erst nach dem GoLive! ■

Für manche Prozesse benötigt man auch weiterhin Papier.

Für alle anderen nicht.

alpin gmbh srl, lanciast. 8b via lancia, bozen 39100
bolzano · 0471 056000 · info@alpin.it · www.alpin.it