

REPPERT

AUSGABE 01/2023

 FASTPIM

standardisiert und dennoch st
individualisierbar

ular und skalierbar

g on Print und Shop

alliche und effiz

ungen an

it & gerin

 IANEO

IANEO - PIONIERE DES DATENMANAGEMENTS

 IANEO

In dieser Ausgabe des REPPERT findet ihr eine ganze Reihe Fotos, die im letzten Shooting mit Rich Serra entstanden sind. An dieser Stelle ein ganz herzliches Danke an Rich, der es seit vielen Jahren mit seinen authentischen Fotos immer wieder schafft, uns so zu zeigen, wie wir IANEOs sind:

LOCKER MIT SPASS BEI DER SACHE EINZIGARTIG



AUSGABE APRIL 2023

INHALTSVERZEICHNIS

DIRK'S KOLUMNE	9
NEUES AUS VERTRIEB & MARKETING	12
DIE MARKETING-STRATEGIE 2023	14
NEUE VERTRIEBSAKTIONEN	17
SOCIAL INTRANET	18
ABTEILUNGSVERNETZUNGSKONZEPT HAT BEGONNEN	21
SHOPWARE 6 BEI GLOBUS FACHMÄRKTEN EINGEFÜHRT	26
WIR BAUEN UNSER PARTNERNETZWERK AUS	28
HKBS - GEWINNBRINGENDE IT-PROZESSE BRAUCHEN MEHR ALS NUR EINE SOFTWARE	30
IANEO IST MITGLIED IN DER KMU-GRUPPE BEI AGENTUR SAARLAND ATTRACTIVE	32
NETZWERK - INITIATIVEN UND VERANSTALTUNGEN	35
NEUE RICHTLINIEN ZUR INFORMATIONSSICHERHEIT AUSSCHUSS FÜR INFORMATIONSSICHERHEIT NIMMT SEINE ARBEIT AUF	38
DAS NEUE GÄSTEMANAGEMENT	39
ZEITMANAGEMENT MECHANISMEN UM STRESS ZU VERMEIDEN	40
WELCHER CHRONOTYP BIST DU?	41
TAKE A - DIE GESUNDE PAUSE	42
IGM APRIL BIS JUNI 2023 - WAS STEHT AN?	44
UNSERE BIENEN IM FRÜHLING *	47
AUTSCH - DER QUARTALSSPRUCH	51



Liebe IANEOs,

im Editorial des letzten REPPERT habe ich geschrieben, dass ich mich auf das neue Jahr voller spannender Inhalte freue. Und jedes Mal, wenn ich die Redaktion für unser Magazin beginne, denke ich: Diesmal wird es nicht so dick. Als letzten Beitrag schreibe ich immer diesen Text hier: das Editorial. Und was soll ich sagen?! Pustekuchen. Der REPPERT ist wieder prall gefüllt mit Informationen für und über die IANEOs.

Es freut mich, dass auch immer mehr Gastbeiträge dazu kommen. Dieses Mal mit einer Premiere. Dem ersten Gastbeitrag aus unserem Netzwerk. Die Agentur Saarland Attractive hat uns einen Artikel zugesendet. Strudi steuerte einen Beitrag zum Thema Sicherheitskonzept bei. Zum Thema „Netzwerk“ findet ihr eine ganze Reihe von Veranstaltungen in diesem Heft, denn unser Event-Kalender ist für die erste Jahreshälfte schon mal ziemlich voll.

Besonderen Dank geht dieses Mal an Martin B. für seine Inputs zur Story über die „Erfindung des PIM-Systems“. Es ist bei Weitem nicht untertrieben, dass Martin zu den Pionieren für Technologien datenbankgestützter Publikationen in Deutschland gehört. Aber lest selbst. Er hat mit mir lange aus dem Nähkästchen geplaudert. Entstanden ist eine spannende Zeitreise durch die Dämmerung des Datenzeitalters.

Und wenn wir bei Pionieren sind: Die ersten Vortragspioniere in unserem Abteilungsnetzwerk haben die Bühne betreten und es wird noch weitergehen.

Michèle, die Pionierin unseres IGM, hat wieder einige Inhalte für euch beige-steuert, wenn es darum geht, Zeiten effizient zu planen, dabei nicht in Stress zu geraten oder entstandenen Stress durch Lauftrainings in den Griff zu kriegen.

Wir bekommen viel positive Rückmeldung aus unserem Netzwerk für den REPPERT. Deshalb werden wir das Konzept fortführen. Der REPPERT wird künftig immer zum Ende eines Quartals erscheinen. Wir dürfen gespannt sein, wie die kommende Sonderausgabe zum Sommerfest wird. Erste Ideen sind in der REPPERT-Redaktion schon vorhanden.

Wie immer hoffe ich jetzt, dass für jeden was dabei ist und wünsche euch:

viel Spaß beim Lesen, euer

Touy



EDITORIAL

DER REPPERT -
MAGAZIN FÜR IANEO'S NETZWERK





DIRK'S KOLUMNE

Liebe IANEOs,

ein neuer REPERT bedeutet auch immer, ein weiteres Quartal des Jahres ist zu Ende. Und wenn ich an die ersten drei Monate dieses Jahres zurückdenke, dann fallen mir viele Projekte ein, die wir auf die Bahn gebracht haben.

Globus Fachmärkte hat einen weiteren Meilenstein gemacht. Der Online-shop wurde auf Shopware 6 gehoben. Das Team hat in einem großen Kraftakt den Shop ohne Downtimes umgestellt und sich mächtig ins Zeug gelegt.

Das war eine Leistung, die uns alle zu recht stolz macht und was das beste ist: unseren Kunden Globus Fachmärkte sehr zufrieden.

Wir haben in Sachen Onlineshops und E-Commerce Spitzenprojekte am Start!

Auch viele andere Vorhaben gingen in diesem ersten Quartal auf die Bahn.

Unser neues Geschäftsfeld „Online- und Performancemarketing“ läuft gut an. Die ersten Kundenprojekte sind abgeschlossen oder laufen gerade. Das Data Quality Manager Tool ist aus meiner Sicht eine Software, die nicht nur den PIM-Kunden, sondern auch vielen anderen Kunden aus dem Bereich E-Commerce und Web helfen wird, ihr digitales Geschäftsmodell mit besseren Daten noch besser, performanter und sicherer betreiben zu können.

In Daten und ihrem besten Management liegt die Zukunft. Als Marco in seinem Abteilungsvortrag von der „Masterclass des Datamanagements“ gesprochen hat, hat er nicht untertrieben. Das sind wir! Wir verstehen Daten zu 100 Prozent und können

helfen, sie zu managen. Und das gilt für unser gesamtes Portfolio.

Ein Onlineshop, der keine guten, richtigen Daten verwendet, kann nicht gut funktionieren. Einen Katalog, der falsche Preise beinhaltet oder bei dessen Druck mit unzureichend gepflegten Artikeldaten gearbeitet wurde, kann man wegwerfen. Ein Konfigurator, der keine ordentliche Datenbank im Hintergrund hat, stellt Produkte zusammen, die nicht funktionieren.

Bei all diesen Themen können wir mit unseren Kompetenzen eingreifen und den Kunden helfen, ihr Digital Business zu verbessern.

Ich finde es deshalb klasse, dass wir das Abteilungsnetzwerk ins Laufen gebracht haben. Es wird uns an ganz vielen Stellen helfen, unsere eigenen Kompetenzen einzuordnen und zu verstehen, wie wir die interdisziplinären Lösungen für unsere Kunden noch besser machen können. Ich fände es super, wenn ihr noch mehr Ideen und Themen für Vorträge einbringen würdet. Seid kreativ, wir haben viel Zeit dafür vorgesehen und ich freue mich persönlich sehr drauf zu sehen, was wir bei IANEO alles drauf haben.

Wenn ich an die letzten drei Monate zurückdenke wird mir auch klar, wie gut wir uns in Sachen „New Work“ eingerichtet haben. Wir sind in der hybriden Arbeitswelt angekommen. Ihr nutzt den Standort als euren Dreh- und Angelpunkt, so wie ein Adlerhorst. Ich persönlich würde mir wünschen, dass ihr noch viel mehr von der Möglichkeit, im IANEO zu arbeiten, Gebrauch macht. Aber ich finde, das läuft schon jetzt richtig gut mit unserem agilen Besetzungskonzept.

Unsere Wahrnehmung in unserem Netzwerk ist toll. Wir sind an vielen Stellen aktiv und arbeiten an Strategien mit. Die Landesregierung hat uns in eine Arbeitsgemeinschaft berufen, in der wir uns in die Digitalstrategie des Saarlandes einbringen. Aber auch bei saaris, der Wirtschaftsregion Saarbrücken e. V. und im win Wirtschaftsnetzwerk sind wir in verschiedenen Arbeitsgruppen aktiv mit dabei. Unsere Mitgliedschaft im East Side Fab ist schon jetzt eine Bereicherung für uns.

Mit dem diesjährigen Sommerfest werden wir zusammen mit euch und unseren Kunden, Partnern und Freunden von IANEO feiern. Das wird der Höhepunkt des IANEO-Jahres. Der Wirtschaftsminister hat unsere Einladung angenommen und wird zusammen mit unserem Bürgermeister das Fest eröffnen.

Ihr wisst, wie gern ich mit euch feiere und deshalb freue ich mich ganz besonders auf die Party. Nicht zuletzt deshalb, weil wir an dem Abend unser ganzes Netzwerk hier am Standort haben und wir zeigen können, was für ein tolles Team wir sind.

Denn: Ihr seid DIE IANEOs und ich bin stolz, mit euch zu arbeiten.

Aber jetzt geht es auf ins zweite Quartal. Wir haben viel vor.

Haut rein! :-)

Euer Dirk



Trace.rt Systems



**JASON DER SORGENFRESSER.
DER BESONDERE KOLLEGE
IM TEAM DER TRACE-RT**

CHANGES IM AGILEN FORMAT: SCHNELL UND EFFIZIENT MEISTERN

Ein Redaktionsgespräch mit der Truppe von Trace.rt

Im Redaktionsgespräch erhielten wir tiefere Einblicke darin, was es mit dem Mittwochsfrühstück auf sich hat und durften Jason, den Sorgenfresser, kennenlernen.

Natürlich haben wir auch viel darüber erfahren, wie das Team seine Aufgaben erledigt und in schwierigen Projektphasen schnell und agil die Rollen verteilt, um rasch reagieren zu können. Zwischenzeitlich konntet ihr alle auch im Vortrag innerhalb des Vernetzungskonzeptes mehr über die Truppe und ihre Technologien erfahren.

Die Crew von Trace.rt muss ständig auf Changes vorbereitet sein. Die Algorithmen von Facebook & Co. ändern sich schnell, manchmal über Nacht. Es kommt deshalb nicht selten vor, dass innerhalb kurzer Zeit Änderungen an der Software durchgeführt werden müssen.

Quasi über Nacht muss eine Versionierung her. In solchen Situationen darf kein Stress entstehen, sondern die Truppe muss schnell, effizient und sehr agil den Change meistern. Kommunikationswege müssen im Team sehr kurz gehalten und die Software muss sofort funktionsfertig ausgeliefert werden. Viel Zeit für Testing bleibt nie.

In solchen Situationen greift Trace.rt zu einer Methodik, die dem mob-Programming angelehnt ist und das sie Group-Programming nennen. Das ganze Team teilt sich in unterschiedliche Rollen: Einige bearbeiten den Quellcode, andere kümmern sich um die Strukturierung der Software.

ÜBER TRACE.RT SYSTEMS GMBH

Die Trace.rt Systems GmbH hat sich auf die Entwicklung und den Betrieb von Softwaresystemen für Monitoring von Social Networks spezialisiert. Trace.rt wurde im Dezember 2016 als Tochtergesellschaft von IANEO gegründet. Das Know-how der IANEO über Internettechnologien und das Verhalten von Nutzern im Web fließt in die zukunftsweisenden Lösungen der Trace.rt ein.

Spezialgebiet von Trace.rt Systems ist das Monitoring unterschiedlicher Datenquellen. So können z. B. Beiträge in sozialen Netzwerken wie Facebook oder Twitter und RSS-Feeds mit den Lösungen automatisch gesammelt und für Auswertungszwe-

cke aufbereitet werden. Das hat ganz praktische Nutzungsszenarien:

Wenn z. B. ein Unternehmen oder ein Politiker wissen möchte, wo und in welcher Art im Social Media berichtet und diskutiert wird, werden mit der Software von Trace.rt Rechercheaufwände reduziert und Mitarbeiter spürbar bei der täglichen Arbeit entlastet.

Ein Politiker kann so schnell einen Überblick über die Berichterstattung und die dazugehörigen Kommentierungen über sich erhalten. Dasselbe gilt für Unternehmen.



Trace.rt Systems

Ein anderer Teil der Truppe übernimmt Springerfunktionen, programmiert entweder mit oder reviewt und testet den neuen Code auf Fehler. So kann sehr schnell eine Versionierung ausgeliefert werden, die den neuen Anforderungen angepasst und sofort funktionsfähig ist.

Man kann sich vorstellen, dass das gerade bei zeitkritischen Aufträgen extrem hilfreich ist.

BREIT AUFGESTELLT, KURZE WEGE, GEMEINSAM STARK: EIN FRÜHSTÜCK PRO WOCHE

Die Skills der Crew sind breit gefächert. Die Oberfläche der Anwendung wird mit Bootstrap und diversen Frameworks erstellt. Zum Einsatz kommen eine ganze Reihe von Programmiersprachen wie C#, Node.js, Java, SQL. Für die Benutzerrollen werden Teilaspekte von Active Directory adaptiert.

Alle bei Trace.rt müssen sich darauf einstellen und auch dazu bereit sein, neue Thematiken schnell zu erlernen. Der Projektdruck ist hoch und deshalb muss das Team stark sein und eng zusammenrücken.

Die Arbeitsweise ist geprägt von freundschaftlichem Miteinander und ganz viel Augenhöhe. Es geht ganz locker im Team zu.

Einmal die Woche – am Mittwoch – ist Frühstückstag. Dann sind alle vor Ort in der Firma und es gibt keine feste Tages-Agenda.

Es gibt auf jeden Fall was Gutes zu Essen (meist ist ein ganzer Fleischkäse im Spiel) und es wird bei diesem ausgiebigen Beisammensein viel gelacht. Natürlich sind die anstehenden Aufgaben, die Changes und allgemeinen Themen, die das Team betreffen, auch immer irgendwie ein Thema.

Oft ergeben sich zwischen zwei Bissen in den Fleischkäse-Weck schon erste Aufgaben, die nicht selten

Trace.rt Systems GmbH

Automatisiertes Monitoring der für Sie
relevanten Informationsquellen

dann auch sofort ins Doing überführt werden.

DER CAKECOUNTER - DIE BESONDERE AUSZEICHNUNG

Regeln gibt es dafür keine. Aber es gibt ein, zwei feste Größen bei diesem Frühstück.

Die eine feste Größe ist die feierliche Übergabe des sog. Cakecounters. Wurde ein Fehler in der Programmierung gemacht oder wurden Stunden nicht richtig erfasst und konnte deshalb z. B. die Rechnungsstellung nicht korrekt erfolgen, dann kommt der Cakecounter zum Einsatz. Cakecounter bedeutet:

Wer sich den Cakecounter verdient hat, erhält ein feierlich überreichtes Zertifikat und darf dem Team einen Kuchen fürs kommende Frühstück backen.

JASON: EIN TEAMMITGLIED DER GANZ BESONDEREN ART

Die andere feste Größe im Team und beim Frühstück ist Jason. Als der Sorgenfresser im Team übernimmt Jason eine zentrale Rolle für alle. Regt sich jemand auf oder muss jemand mal was loswerden, dann geht er zu Jason. Jason hat immer einen offenen Mund und einen besonders großen Hunger auf Sorgen und ärgerliche Alltagsproblemchen. Er braucht das und verstoffwechselt Ärger und Sorgen meistens komplett zu einem ziemlich schrill-pinkfarbenen Fell. Manche im Team ignorieren ihn, andere klatschen ihn schon mal an die Wand, wieder andere pflegen sein

Fell und streicheln ihn regelmäßig. Jason nimmt das alles ganz gelassen hin. Er ist immer und für jeden gedanklich erreichbar. Auch wenn das Team im Homeoffice ist. Jason's fester Arbeitsplatz ist dauerhaft in der Villa. Wenn man aus dem Homeoffice in die Villa kommt, bringt man ihm nicht selten einen auf Zettel gekritzelten Ärger-Snack mit. Aufgrund seiner tragenden Rolle haben wir unseren Fotografen Rich gebeten, ein Staatsportrait von Jason zu machen.

CHANGES ON THE FLY MEISTERN

Wenn man das Team fragt, was seine Rolle im Kompetenzzentrum für Digital Business ist und wo sie helfen können, wenn man eine Frage hat, kommt die Sprache schnell auf teamstrukturelle und agile Themen. Und natürlich darauf, zu zeigen, wie man sich rasch in neue Themen einarbeitet und Changes sozusagen „on the fly“ meistert. Außerdem sind Fehleranalyse und Lessons Learned stark ausgeprägt in der Truppe. Im Abteilungsvortrag im Rahmen des Vernetzungskonzeptes wird die Truppe auf diese Themen einen besonderen Schwerpunkt setzen.

Die REPERT-Redaktion dankt für die Einblicke in die Welt von Trace.rt Systems und dass wir bei dieser Gelegenheit Jason kennenlernen durften. Das Gespräch haben wir mit Steffi und Björn geführt. Besonderen Dank an beide für die Mithilfe an dieser Story. Als Rich im Haus war, haben wir die Gelegenheit genutzt und Jason besonders in Szene gesetzt.



DIE TRACE.RT TRUPPE



BJÖRN



STEFFI



YANNIC



MICHELLE

NEUES AUS VERTRIEB & MARKETING

WIR SETZEN UNSER ADRESSMANAGEMENT UND DIE VERTRIEBSPROZESSE NEU AUF

Aktuell sind wir dabei, die Vertriebsprozesse neu zu verzahnen. Dabei setzen wir ein Tool namens „Cobra Adress Plus“ ein, das wir bereits seit einigen Jahren benutzen. Mit Cobra steuern wir z. B. das Einladungsmanagement für unser großes Sommerfest oder bilden den Bewerberprozess damit ab.

Ab sofort werden die Dokumentationsmöglichkeiten von Cobra genutzt, um die Vertriebskontakte zu dokumentieren. Ferner haben wir ein Kennzahlensystem eingeführt, damit wir die vertrieblichen Aktivitäten besser messen und unsere Energien besser bündeln können. Schon jetzt haben wir unsere Mailingaktionen ausgeweitet und schreiben sukzessive neue Firmen per Mail an. Diese werden dann vertrieblich nachgehalten. Die Aktionen beginnen erste Früchte zu tragen.

MARTIN UND JÖRG BEI DER ELTEFA IN STUTTGART

Die eltefa ist eine Fachmesse für die Elektrobranche. Neben vielen anderen Branchen passt der Bereich „Elektro“ sehr gut zu den Leistungen unseres Portfolios. So wie wir für f-tronic eine ganze Reihe digitaler Projekte umgesetzt haben, - man denke z. B. an die Webkonfiguratoren oder die spezifischen Onlineshop-lösungen - können wir auch anderen Firmen dieser Branche gut helfen. Deshalb haben wir ausgewählte Aussteller der Messe per Mail angeschrieben und konsequent nachtelefoniert. Im Ergebnis sind über 10 Termine an den Ständen entstanden und neue Interessenten für unser PIM-System und weitere Leistungen für Digital Business konnten gefunden werden.

DAS NEUE CONTENT HUB

Die Planungen für den Launch des neuen Content Hubs auf unserer Internetseite gehen auf die Zielgerade. Erste Design-Entwürfe existieren bereits und wir erstellen Unmengen suchmaschinenoptimierter Inhalte. SEO-Contents sind Inhalte, die speziell dafür erstellt wurden, um von Suchmaschinen optimal ausgewertet und gefunden zu werden. Wir legen dabei sehr großen Wert darauf, die für unsere Zielgruppen relevanten Keywords in den Content zu integrieren. Andererseits haben wir immer den Ehrgeiz, die Texte nicht für Maschinen, sondern für Menschen zu schreiben. Sie werden also so erstellt, dass sie angenehm lesbar bleiben.

Strategisches Vorgehen, um mehr Traffic zu generieren

Ziel ist es, mehr Traffic auf die Webseite zu lenken. Dabei verlieren wir nie den Mehrwert für die Nutzer aus den Augen. Das bedeutet, wir erstellen hochwertige Informationen, die den Besuchern wirkliche Mehrwerte liefern und Tipps für die Herausforderungen digitaler Geschäftsmodelle liefern. Schließlich sollen die Besucher auf unseren Seiten bleiben, sich für IANEO und unsere Produkte interessieren.

Aktuell ist geplant, dass wir Mitte April mit dem neuen Content Hub auf der Internetseite rauskommen.

Gemeinsam im Team, effizient zum Ziel

Übrigens ist die Erstellung des Content Hubs ein schönes Beispiel für interdisziplinäre Zusammenarbeit bei uns. Anna und Philipp H. steuern ihr Know-how in Sachen Onlinemarketing und SEO bei, Matthias achtet auf die UX, Michèle Z. erstellt die Designs mit Wordpress, Jörg und Tom kümmern sich um die redaktionelle Erstellung der Inhalte. Wir treffen uns wöchentlich zu kurzen Meetings, verteilen die Aufgaben, arbeiten mit einem virtuellen Board und erzielen so sehr schnell Ergebnisse.

Wenn sich die letzten Wehen vor dem Go-Live des Hubs gelegt haben, werden wir euch in einem kleinen Vortrag im Rahmen des Abteilungsnetzwerkings unsere Arbeit einmal vorstellen.

Das Projekt ist auch immer ein Übungscase für Anna und Phillip, wenn es darum geht, Strategien für Kunden aufzustellen oder Neues zu testen.

MATOMO, UNSER NEUES TRACKINGTOOL

So haben wir z. B. auf unserer Webseite MATOMO als neues Tracking Tool aufgenommen.

Im November 2022 haben wir unser bisheriges Web-Analysetool "Google Analytics" abgeschaltet und aus dem Quellcode unserer Wordpress Website www.ianeo.de entfernt. Da Google und die DSGVO schon seit einiger Zeit nicht zu 100% konform miteinander sind, haben wir uns für diesen Schritt entschieden. Seit Januar 2023 nutzen wir nun Matomo als neues Web-Analyse-tool. Wir nutzen das Projekt auch als Übungscase für unsere Kunden, falls diese ein anderes Analysetool als Google Analytics wünschen.

Über Matomo

Matomo war bis vor 5 Jahren noch unter dem Namen "Piwik" bekannt. Heute hat das Web-Analysetool einen Marktanteil von über 15% bei den .de Domains und liegt somit auf Platz 2 unter den Analyse Tools. Matomo ist auch bekannt als die DSGVO-konforme Alternative zu Google Analytics. Wir nutzen Matomo in der On-Premise Version und haben uns das Wordpress-Plugin installiert. Die Installation war super einfach. Zusätzliche schwierige Einstellungen mussten nicht gemacht werden. Wie bei Google Analytics werden die Daten von Matomo in einem übersichtlichen Dashboard ausgespielt. Das Dashboard kann beliebig angepasst werden.

Wir haben uns aktuell 3 verschiedene Dashboards angelegt, um verschiedene Datengruppen abzubilden: Gesamtüberblick, Übersicht über die verschiedenen Seiten unserer Website sowie eine Übersicht über die verschiedenen Kanäle und Quellen.

Da wir Matomo auf unserem Server liegen haben, können auch nur wir auf die gesammelten Daten zugreifen. Unwillkommene Dritte können die Daten somit nicht verwerten.

"In den Grundeinstellungen empfiehlt Matomo des Weiteren Vorgaben, um sich vollständig datenschutzkonform einsetzen zu lassen. Dies beginnt bei der Anonymisierung der IP-Adressen vor der weiteren Verarbeitung, der Pseudonymisierung von Benutzerkennungen und Bestellnummern bis hin zur Möglichkeit, Matomo ohne Cookies zu betreiben. In Verbindung mit einem Opt-Out-Mechanismus und dem grundsätzlichen Respektieren der DoNotTrack-Einstellung kann Matomo potentiell ohne vorgeschalteten User-Consent betrieben werden." (Quelle: OMT GmbH)



DIE MARKETING-STRATEGIE 2023

In jedem Jahr stellen wir eine Marketing-Strategie auf, die sich - das liegt auf der Hand - die Verbesserung unserer Außenwirkung zum Ziel gesetzt hat.

Da unsere Kapazitäten aber begrenzt sind, benennt diese Strategie immer Schwerpunktthemen. In diesem Jahr nimmt sie die Produktkommunikation in den direkten Fokus.

Vor dem Hintergrund, dass wir in diesem Jahr vorerst keine Stellen ausschreiben und deshalb auch nicht aktiv Recruiting betreiben, haben wir unsere Marketing-Strategie neu ausgerichtet.

Die neue Strategie ist so aufgebaut, dass sie unser Portfolio ins Zentrum rückt. In den Jahren davor haben wir viel Energie ins Recruiting und auf das Gewinnen neuer IANEOs verwendet.

Jetzt konzentrieren wir uns wieder voll auf die Vermarktung unserer Produkte und Leistungen.

Der weitere Ausbau unserer Onlinemaßnahmen durch das Content Hub ist nur ein Teil davon.

Tom hat ein mehrseitiges Strategie-Dokument erstellt, in dem viele Projekte und konkrete Maßnahmen formuliert sind. Diese werden sukzessive bis zum Jahresende umgesetzt.

Insgesamt fokussiert sich unsere Marketingstrategie auf vier Handlungsfelder und formuliert dazu Leitlinien für die Umsetzung.

Hier ein Überblick:

PRODUKT-MARKETING

Dienstleistungen und Kompetenzen im Bereich Produktdatenmanagement und Verwendung der Daten werden geschärft und noch deutlicher als bisher nach außen kommuniziert. Hierzu zählen auch die Bereiche Data Quality Management, Printautomation, Individualsoftware und spezifisch entwickelte Lösungen zur Absatzförderung, wie etwa

Konfiguratoren.

Die Onlineshop-Projekte werden ausgebaut.

NETZWERK-MARKETING

Wir bauen unser Netzwerk weiter aus. Ziel: Aufträge generieren, neue Partner finden, IANEOs Portfolio und Leistungsfähigkeit bekannt machen.

Hieraus erhalten wir einerseits aber auch anderen Impulse.

EMPLOYER BRANDING

IANEO ist ein sehr begehrter Arbeitgeber. Das Employer Branding strahlt auf die Gesamt-Marke „IANEO“ positiv aus und trägt seinen Teil zur Bekanntheitssteigerung in Netzwerken und auch bei Kunden/potentiellen Neukunden bei.

INNENKOMMUNIKATION

Die interne Kommunikation dient dazu, Identität zu schaffen. Die IANEOs sind stolz auf ihr Unternehmen, bringen sich gerne ein und sind eine starke, resiliente Truppe. Im Jahr 2023 wird die Innenkommunikation ausgebaut mit dem Ziel, IANEO fit für die Zukunft in Sachen digitale Arbeitsplätze, hybride und agile Arbeitsweisen sowie Innovation zu machen.

Dabei soll die Beteiligung aller gewährleistet werden, um ein möglichst breites Spektrum abzubilden und die Bedürfnisse aller in die Maßnahmen einfließen zu lassen.

MARKETINGSTRATEGIE & ABTEILUNGSVERNETZUNGSKONZEPT

Das Abteilungsnetzwerkungskonzept wird uns auch bei unserem Marketing helfen. Es sorgt dafür, dass wir zunächst intern ein besseres Verständnis für unser Portfolio entwickeln. Daraus können wir in Vertrieb und Marketing ganz viele Anregungen ziehen. Gleichzeitig lernen alle viel voneinander und wir können so unsere Leistungen besser erklären. Die Key-Accounter bekommen neue Impulse für ihre Projekte. Unsere Qualität wird sich verbessern, was sich wiederum positiv auf unsere Kundenbeziehungen auswirken wird.





FÜR DIE AKTIONEN WERDEN HTMLS UND MAILINGS
GESCHRIEBEN UND GESTALTET.
ANNETTE SORGT FÜR DEN REIBUNGSFREIEN VERSAND DER BRIEFE.

NEUE VERTRIEBSAKTIONEN

Wir verschickten in den letzten Wochen gezielt Mailings an potentielle Neukunden. Dabei nehmen wir unsere Leistungen rund um das PIM-System, das Data Quality Management und artverwandte Themen in den Fokus. Teilweise werden die Adressen per Post, größtenteils aber per E-Mailings versorgt.

Wir nutzen einerseits unsere Adressdatenbestände, bereiten sie neu auf und versorgen sie per Mail mit Informationen über unsere Leistungen im Bereich „Digital Business und Produktinformationen“. Wir suchen aber auch gezielt nach neuen Ansprechpartnern, z. B. bei Messen, die wir aktiv besuchen oder durchforsten öffentlich zugängliche Daten und Verzeichnisse nach neuen Adressen.



Die Adressen werden von Jörg qualifiziert und systematisch nachtelefoniert. Das ist ein sehr zielgerichtetes, aber arbeitsintensives Vorgehen. Der Aufwand lohnt sich. In den letzten Wochen konnten wir schon mehrere Termine und Präsentationen machen.

An dieser Stelle vielen Dank an Jörg für seinen unermüdlichen Einsatz.



Umsatz steigern mit Produktdaten

Sehr geehrte Frau Hajonina,

Produktinformationen verwalten und auf aktuellem Stand halten, das ist die große Herausforderung für alle, die mit digitalen Geschäftsmodellen erfolgreich sein wollen.

IANEO Solutions ist ein Kompetenzzentrum für Digital Business und hat es sich zur Aufgabe gemacht, Unternehmen beim Aufbau digitaler Geschäftsmodelle zu unterstützen.

Schöpfen Sie mit uns das Potential Ihrer Produktdaten voll aus und steigern Sie so Ihre Umsätze.

Mit fast 70 Experten für Produktinformationsmanagement und E-Commerce/Onlinemarketing arbeiten wir seit über 20 Jahren für mittelständische Unternehmen und Konzerne in der DACH Region. Wir sind spezialisiert auf die Umsetzung von PIM-Projekten, Onlineshops und digitalen Services wie z. B. Webkonfiguratoren.

Lösungen von IANEO verbessern die Marktdurchdringung durch eine optimale Verwendung von Produktinformationen. Klassifizierungen (z. B. ETIM und eClass) sowie Austauschformate (BMEcat) ergänzen unser Leistungsportfolio.

Wir würden uns freuen, auch mit Ihnen über Lösungen, die digitale Businessmodelle erfolgreich machen, zu sprechen.

Wir werden Sie in den kommenden Tagen telefonisch kontaktieren, um uns persönlich vorzustellen. Sollten Sie mich vorab kontaktieren wollen, erreichen Sie mich telefonisch unter +49 6897 919 77-75 oder per Mail an joerg.vogelgesang@laneo.de.

Mit freundlichen Grüßen

Jörg Vogelgesang
Manager Sales & Consulting

Hier sehen Sie ein Beispiel für ein Mailing, das von Michèle gestaltet und für den Versand über unser Adresstool COBRA bereitgestellt wird.

SOCIAL INTRANET

EINE BESTANDSAUFNAHME NACH 2 MONATEN LIVE-BETRIEB

Ende Januar haben wir unser Social Intranet in Betrieb genommen und befinden uns seither in der Testphase mit euch gemeinsam. Wir stellen fest, dass das Intranet immer öfter besucht und genutzt wird. Wir treffen uns in der Taskforce immer noch wöchentlich, um neue Ideen für euch zu entwickeln.

Es sind zwischenzeitlich auch einige Podcasts entstanden, die euch die Nutzung erklären sollen und euch hoffentlich auch ein bisschen Spaß machen.

Auch wenn die Zugriffszahlen kontinuierlich steigen, wollen wir euch dennoch bitten, das Social Intranet öfter zu besuchen und uns vor allem Feedback zu geben. Dazu findet ihr im Footer einer jeden Seite einen Feedback-Button.

Wenn ihr ausreichend Zeit hattet, das Intranet unter die Lupe zu nehmen, werden wir euch eine Nutzer-Umfrage erstellen. Die Ergebnisse dienen uns dann dazu, das Social Intranet auf die nächste Stufe zu heben.

Neuerungen & Services, die wir seit dem Go-Live aufgenommen haben. Danke für eure Anregungen dazu.

- ✓ Formulare für die Planung eurer Termine inklusive Raumplanung und Bestellmöglichkeit für Catering
- ✓ Feedbackformular am Ende jeder Seite
- ✓ Direktzugang zu unserer aktuellen PR-Meldung auf der Startseite
- ✓ Verbesserung des Zugangs zu den Podcasts
- ✓ Ausbau und Verbesserung der Event-Liste
- ✓ Einbindung der Beiträge aus dem Abteilungsnetzwerk in einer übersichtlichen Bibliothek
- ✓ Aufbau eines neuen Themenbereichs „IGM – IANEOs Gesundheitsmanagement“ mit Sonderseite zu Tipps für die Gesundheit am Arbeitsplatz
- ✓ Entwicklung eines Konzeptes für die Erstellung von IANEO-Activity-Groups für gemeinsame Aktionen wie Lauf- und Wandergruppe, Kletterrunden, etc.

LUST AUF EINE EIGENE AKTIONS-GRUPPE MIT CHAT UND ALLEM DRUM UND DRAN?

DER NEUE THEMENBEREICH „ACTIVITY-GRUPPEN“

Wenn ihr Aktionen plant wie z. B. den Lauftreff, die Wandergruppe oder die Kletterrunde: Wir organisieren für euch gern einen eigenen Gruppenbereich im Intranet. Dort könnt ihr dann Informationen austauschen, Bilder teilen und Treffen abstimmen.

Kommt dazu einfach auf uns zu. Wir helfen euch gern. Auch wenn es darum geht, einen Abstract für eure Activity-Gruppe oder geeignete Bilder zu erstellen.





ABTEILUNGSVERNETZUNGSKONZEPT HAT BEGONNEN

Das Abteilungsnetzwerkungskonzept soll uns an vielerlei Hinsicht dabei helfen, unsere Kompetenzen besser zu bündeln und voneinander zu lernen. Im ersten Schritt stellen sich die Abteilungen vor. Es werden dann die Vorträge für Projekte und Teams folgen.

Wenn ihr Ideen für eine Session habt, dann geht auf eure Team- und Abteilungsleiter zu. Wir finden sicher einen Slot, in dem ihr euer Projekt oder eure Ideen vorstellen könnt. Der Phantasie sollen dabei keine Grenzen gesetzt sein.

DIE TRACE.RT-TRUPPE MACHT DEN ERSTEN AUFSCHLAG

Danke an Björn und Steffi, die uns richtig spannende Einblicke in die Technologie und das Vorgehen von trace.rt mitgebracht hatten. In einer Team-Story hier im Reppert könnt ihr euch auch nochmal ein paar Einblicke in den Alltag des Teams abholen.

ABTEILUNGSVORTRAG APPLICATIONS, DATA & PROCESS MANAGEMENT

Simone und Marco gaben uns interessante Einblicke in die Geschichte und Organisation der Abteilung. In der MASTERCLASS DES DATAMANAGEMENTS (so bezeichnen sie sich vollkommen zurecht selbst) entstehen seit über 20 Jahren unsere PIM- und Datamanagementtechnologien. Daneben werden hier komplexe Individuallösungen für Kunden wie z. B. Feller, GEMÜ und viele andere mehr entwickelt.

LANGSAM FÜLLT SICH AUCH DIE AGENDA

Die vorgeplanten Slots liegen immer an einem Mittwoch- oder einem Donnerstagmittag, da wir ausgelotet haben, dass dann die meisten von euch keine Termine haben. Natürlich kann es immer mal vorkommen, dass jemand nicht dabei sein kann.

Danke an alle, die sich ins Konzept einbringen.

ÜBERBLICK ÜBER DIE KOMMENDEN VORTRÄGE

Die kommenden Termine findet ihr auch immer im Eventbereich des Social Intranets

19. APRIL, 15.00 UHR:

ABTEILUNGSVORTRAG WEB APPLICATIONS & E-COMMERCE

mit Bernd

10. MAI, 15.00 UHR:

DIE G7: DAS STRATEGISCHE LENKUNGSGREMIUM VON IANEO

mit Dirk und allen G7ern

VON DER ERFINDUNG DES PIM

EINE REISE MIT MARTIN DURCH DAS ZEITALTER DER DATEN

In den letzten 25 Jahren hat sich an der Art, wie Produktdaten genutzt werden, unglaublich viel verändert. Jemand, der diese Veränderungen von Anfang miterlebt und technologisch begleitet hat, ist Martin Baumgartner. Seit 1998 arbeitet Martin im Bereich des datengestützten Marketings und hat viele Unternehmen bei ihrem Weg in die Digitalisierung und die optimierte Nutzung von Produktinformationen begleitet.

Am Rande eines Brainstormings über die Alleinstellungsmerkmale unseres PIM-Systems hatte die Redaktion des Reppert die Gelegenheit, mit Martin B. über die weitreichenden Veränderungen bei der Nutzung von Produktdaten zu sprechen.

„DAS ZEITALTER DER DATEN“. WAS BEDEUTET DAS AUS DER SICHT VON JEMANDEM, DER SICH SEIT ÜBER 20 JAHREN MIT PRODUKTDATEN AUSEINAN- DER SETZT?

Daten und ihre Verwendung haben sich in den letzten 20 Jahren gewandelt. In den Anfängen reichte es aus, eine Software zu schreiben, mit der man vollautomatische Papierkataloge erzeugen konnte. In dieser – damals federführenden Pioniertechnologie – lagen die Anfänge von dem, was später datengestütztes Marketing wurde. Heute arbeitet man mit einem Marketing, das über viele Kommunikationskanäle hinweg die Datennutzung erfordert.

Onlinehandel war seinerzeit noch ein Exot: Es gab kaum Bandbreite, schwierige Zugänge. Ein Großteil der Bevölkerung hatte noch gar keinen Internetanschluss. Meist war es den Nerds vorbehalten, die nicht wenig Geld bezahlten, um Anschlüsse zu haben, die nach heutigem Verständnis in Zeitlupe arbeiteten und nach kBytes der Datennutzung abgerechnet wurden. Mobile Anwendungen existierten noch überhaupt nicht, weil es noch gar keine internetfähigen Handys gab.

WAS BEDEUTETE DAS FÜR DIE ENTWICKLUNG VON DATENBANKEN, IN DENEN PRODUKTINFORMATIONEN ENTSTANDEN?

Wenn man in Produktdaten denkt, gab es einfache Einzelartikel, die als Einzeiler mit wenigen Spalten in einer Tabelle dargestellt wurden.

Der erste große Wandel in der PIM-Technologie erfolgte, als sich die Nutzungsszenarien änderten. Dadurch entstanden andere Anforderungen an die Daten. Artikel wurden als Datenelemente erfasst.

Aus der Sicht von Softwareentwicklern ist es viel einfacher, aus vielen einzelnen Artikeln eine regelbasierte Datenbank-Tabelle zu bauen: Schwieriger ist es, eine Tabelle so zu zerlegen, dass die Daten granular am Artikel hängen.

Die größte Herausforderung für uns war seinerzeit, die Artikeldaten so aufzubereiten, dass sie über Merkmale gefiltert werden konnten. So etwas gab es vorher einfach nicht.

Um den Jahrtausendwechsel war das eine riesige Errungenschaft.

Wir entwickelten Technologien, die es erlaubten, dass man in ganzen Produktgruppen nach Merkmalen von Artikeln suchen konnte.

Ein plastisches Beispiel: Vorher hatte man nur eine Volltextsuche. Man suchte z. B. nach „Bohrer 10 mm Durchmesser“ und hoffte, dass genau dieser Text durch die Volltextsuche gefunden wurde. Nun war es plötzlich möglich, in einer Produktgruppe „Bohrer“ all jene Varianten zu suchen, die das Merkmal „10 mm“ trugen. Das veränderte die Suchmöglichkeiten in Produktdatenbanken radikal. Es eröffnete gleichzeitig ganz neue Möglichkeiten bei der Pflege und der Verwendung von Produktdaten.

Produktinformationen waren komplett neu ausgeprägt. Man konnte Artikel als Produktdaten mit all ihren Eigenschaften beschreiben und v. a. granular verwendbar machen.

Das war die Erfindung des PIM-Systems, so wie wir es heute kennen.

FÜR WEN WAR DIESE ERRUNGENSCHAFT HILFREICH?

Kunden, die als erste die neuen Datenbanken nutzten, waren Kunden, die große Kataloge gedruckt haben. Printautomation war seinerzeit das Anwendungsszenario für unsere Technologien.

Irgendwann entdeckte man die Vorteile, die es hat, wenn diese Kataloge – Wälzer von über 1000 Seiten – digitalisiert wurden. Erst hat man sie auf Disketten verfügbar gemacht. Später irgendwann wurden sie auf CD-ROM gespeichert. Bis heute lassen sich mit Printautomation bis zu 80% der Kosten für die Erstellung automatisch erzeugter Kataloge einsparen

WELCHE AUSWIRKUNGEN HATTE DAS AUF DIE PRODUKTKOMMUNIKATION?

Das Internet verbesserte sich, immer mehr User hatten Zugang dazu. Die Zeit der Onlineshops brach an. In dieser Zeit kamen Begriffe wie „crossmediales Publishing“ und „Omni-channel-Marketing“ als Buzzwords auf. Produktdaten wurden über ganz viele Kanäle hinweg genutzt.

Man brauchte immer mehr und vor allem immer bessere Daten, um Marketing zu betreiben. Es wurde erforderlich, neue Beziehungen von Artikeln untereinander abzubilden. Vorher gab es einfache Seitenverweise in Katalogen, um die Zubeihöre zu finden.

Jetzt war es möglich, die Zubeihöre zu verknüpfen und mit dem entsprechenden Artikel im Internet anzuzeigen.

Es entstanden ganz neue Möglichkeiten: Cross- und Upselling wurden möglich.

Das, was analog beim Durchblättern eines Kataloges passierte, wurde nun ins Netz verlagert. Man hatte plötzlich neue Möglichkeiten, um Kaufanreize zu schaffen. Layouts wurden angepasst, unsere Technologien mussten mitziehen.

DAS BETRAF JA ABER NICHT NUR DEN BEREICH DER ENDVERBRAUCHER.

WAS PASSIERTE AUF SEITEN DER INDUSTRIE?

In der Industrie wurden neue Standards entwickelt, um Daten auszutauschen und zu normalisieren. Lieferanten brauchten plötzlich neue Datenformate, um wettbewerbsfähig zu sein. Erste E-Procurement Anwendungen entstanden. SAP führte das sog. OCI-System ein. Hier wurde gefordert, dass die Daten nach bestimmten Richtlinien klassifiziert wurden. Daten mussten neu beschrieben werden, um sie vergleichbar zu machen.

Es entstanden neue Industrienormen für Daten: ECLASS, ETIM und einige andere mehr. Das hat man anfänglich mit Excel gelöst. Aber die Vielfalt der Datenabnehmer stieg exponentiell mit den Angeboten von Produkten.

UND WIE SIEHT DAS GANZE HEUTE AUS?

Die Datenbestände wachsen ständig. Produktdaten müssen heute in großer Breite gepflegt und gehalten werden, sonst können sie nicht mehr in allen Anwendungsszenarien genutzt werden. Viele Auflagen und Vorgaben – z. B. im Bereich der Großhandelsverbände und in Lieferantenverträgen – kommen hinzu.

Dabei geht es auch um DIN-Normen und Daten von Herstellungsprotokollen. Gefahrstoffbeschreibungen, Kennzeichnungen für Versand etc. müssen zur Verfügung stehen. Die Liste ist lang.

Es zieht mitunter hohe Strafen nach sich, wenn Produkte falsch bezeichnet oder gekennzeichnet wurden. Dasselbe gilt auch bei der Kennzeichnung von Lebensmitteln.



**Martin Baumgartner ist
Head of Sales & Consulting bei IANEO**

Martin arbeitet seit 1998 auf dem Gebiet des databased Publishing und ist seit vielen Jahren als Consultant für datengetriebene Produktkommunikation tätig. Sein Arbeitsschwerpunkt liegt auf der Entwicklung hochperformanter, kundenspezifischer PIM Systeme und der Optimierung von Workflows im Bereich der Massendatenpflege sowie bei der Verwaltung bzw. Veredelung von Produktdaten.

Technologisch ausgereifte Gesamtkonzepte für eine optimale, datenbankgestützte Ausleitung in Print- und Onlinemedien sind seine Leidenschaft.

Sein besonderes Augenmerk liegt darauf, für die Kunden zukunftsweisende Lösungen zu schaffen, die mit den wachsenden Bedürfnissen der Digitalisierung dauerhaft Schritt halten können.

„UNTERNEHMEN, DIE IHRE PRODUKTINFORMATIONEN
KONSOLIDIEREN, STRATEGISCH VEREINHEITLICHEN
UND AUS EINER EINZIGEN DATENQUELLE HERAUS
FÜR IHRE ZWECKE NUTZBAR MACHEN,
WERDEN WETTBEWERBSFÄHIG BLEIBEN.“
MARTIN B., EINER DER PIONIERS UNSERES PIM-SYSTEMS

Alle Vorgaben der Lebensmittelverordnungen (LMV) wie etwa Brennwerte, Allergene, etc. müssen akribisch dargestellt werden. Dabei handelt es sich um gesetzliche Vorgaben.

Wer also von Anfang an seine Produktdaten in dem Sinne gut behandelt, dass er sie umfassend pflegt, kann sich am Markt eindeutig besser behaupten. Ganz abgesehen davon, dass hochwertige Produktdaten in vielerlei Hinsicht Geld einsparen und Umsätze steigern.

Im Onlinehandel sind die Auswirkungen von qualitativ unzureichenden Daten sehr schnell spürbar. Finden User des Onlineshops die Produkte nicht oder nicht schnell genug, steigen die Absprungraten. Das bedeutet: Im Endeffekt sinken die Umsätze. Das gilt auch, wenn Produktinformationen nicht korrekt sind (z. B. falsche Bilder, falsche Größenangaben) oder die Informationen den Produkten nicht richtig zugeordnet werden. Dann werden die Erwartungen von Kunden nicht erfüllt, die Retouren und Rückabwicklungsquoten des Shops steigen.

Im Endeffekt können sich dadurch auch die Kunden-Bewertungen verschlechtern. Das kann im Ergebnis sogar rufschädigend für ein Unternehmen sein.

WAS BEDEUTET DER EINSATZ VON KI BEIM UMGANG MIT PRODUKTDATEN?

KÖNNEN GUTE PRODUKTDATEN KI-GESTÜTZT NOCH BESSER GEMACHT WERDEN?

Interessantes Thema. Damit es wirklich hilfreich ist, müsste die KI in der Lage sein, aus diversen Quellen festzustellen, ob die Daten die richtigen Daten sind.

Ein Beispiel: Algorithmen für die Bilderkennung. Könnte man das Motiv eines Bildes analysieren und dann die technischen Daten des Produktes in Korrelation setzen, wäre das ein großer Fortschritt. Für Farberkennung ist das vergleichsweise einfach. Herausfordernder wird das schon, wenn es darum geht, Abmessungen zu erkennen.

Die neue Version von ChatGPT wird eine Bilderkennung enthalten. Man darf gespannt sein, ob dies schon für Produktdaten einsetzbar ist.

WAS IST DEIN ANSATZ, WENN DU AN KUNDEN DENKST, DIE IHRE PRODUKTDATENBESTÄNDE STRATEGISCH GUT AUFBEREITEN?

Am Ende muss der Faktor Mensch immer mit dabei sein. Die Abteilungen müssen von Anfang an eng abgestimmt zusammenarbeiten. Das fängt bei der Produktentwicklung an. Wenn alle das gleiche System nutzen und ihre Daten dorthin übergeben, dann kann der komplette Lifecycle eines Produktes von der Entstehung, über das Marketing und den Vertrieb bis hin zum Aftersales Service ideal vom Unternehmen abgebildet werden.

Das kann nur von Vorteil für Unternehmen sein. Oft ist es aber leider so, dass Datensilos in Unternehmen entstehen und von den einzelnen Abteilungen regelrecht bewahrt werden. Dem begegnen wir recht häufig in Unternehmen. Dort muss ein Umdenken in den Unternehmen erfolgen. Dabei wird auch eine KI nichts neu erfinden. Sie arbeitet immer auf Grundlage von Statistiken, Erkenntnissen und Daten, die Menschen bearbeitet und geteilt haben.

Unternehmen, die ihre Produktinformationen konsolidieren, strategisch vereinheitlichen und aus einer einzigen Datenquelle heraus für ihre Zwecke nutzbar machen, werden schnell und effizient auf Veränderungen in den Märkten reagieren. Das bedeutet anders gesagt: Sie werden wettbewerbsfähig bleiben.

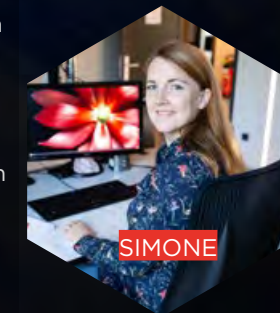
WEITERE PIONIERS UNSERER PIM-TECHNOLOGIE



MARCO GREWE



JULIA



SIMONE



JÜRGEN (STRUDI)



DIRK

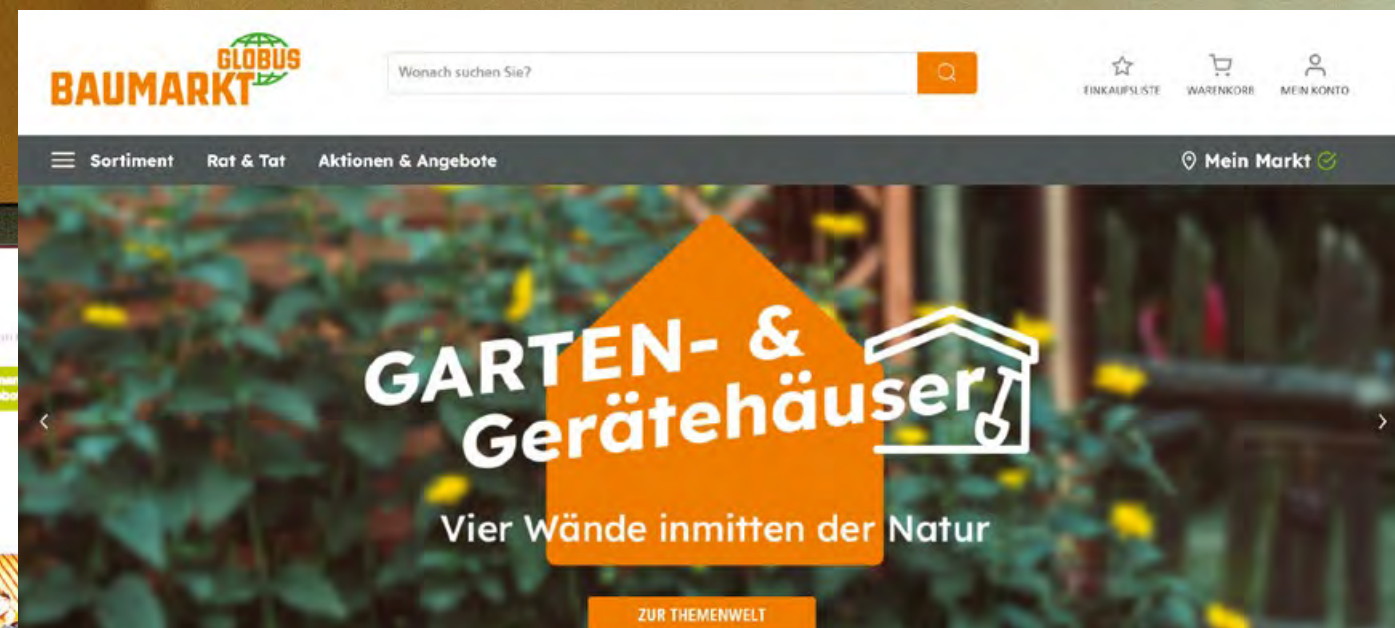
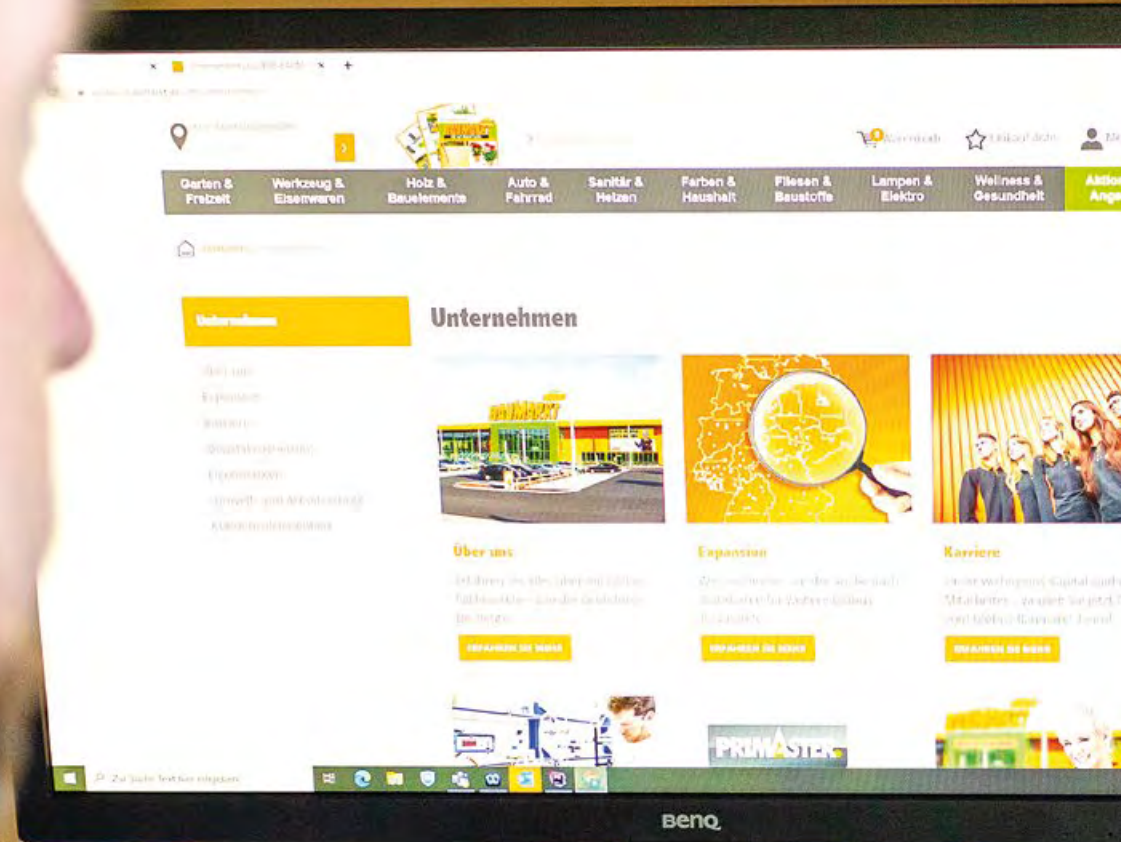


ERIC

SHOPWARE 6 BEI GLOBUS FACHMÄRKTEN EINGEFÜHRT

NEUE TECHNIK FÜR EINEN DER ERFOLGREICHSTEN ONLINE BAUMARKTSHOPS IN DEUTSCHLAND

DIE SPEZIALISTEN
TASKFORCE „GLOBUS“



Das Unternehmen Globus Fachmärkte mit Hauptsitz im saarländischen Völklingen betreibt derzeit in Deutschland und Luxemburg insgesamt 91 Globus-Baumärkte. Mit rund 9.400 Mitarbeitern und einem Umsatz von 2 Milliarden Euro gehört das Unternehmen zu den bedeutendsten Baumärkten in Deutschland. Bei den Globus Fachmärkten stehen die Kunden im Mittelpunkt allen Handelns.

Seit einigen Jahren bereits betreuen wir die Onlineshops der Globus Fachmärkte. Globus erhielt in der Vergangenheit von uns bereits eine ganze Reihe individueller Anpassungen.

Rund zwei Jahre arbeiteten wir an der Umstellung des Shopsystems auf das brandneue Shopware 6. Jetzt ist der Shop, der insgesamt – zählt man alle Onlineangebote und Streckenartikel mit – rund 140.000 Artikel enthält, online.

Der neue Onlineshop kommt mit ordentlich PS unter der Haube daher. Wir haben ein komplettes Setup gemacht und den Shop technologisch auf den allerneuesten Stand gehoben.

Zero Downtime -Operation am offenen Herzen

Wir arbeiten für Globus Fachmärkte ab sofort im Zero Downtime Deployment, d. h. alle Neuerungen und Installationen können künftig im

laufenden Betrieb – sozusagen am offenen Herzen – durchgeführt werden. Der Shop braucht also keinen Reset mehr und muss noch nicht mal mehr kurzzeitig vom Netz. Ausfallzeiten für Wartungen und Neuinstallationen gehören damit der Vergangenheit an.

Features für besseren Kundenservice

Bei der Umstellung von Shopware 5 auf Shopware 6 haben wir zunächst alle bestehenden Features übernommen.

Gleichzeitig wurden neue Schnittstellen gebildet und neue Funktionalitäten eingerichtet. Das wird für die Kunden von Globus Fachmärkte eine Menge Serviceverbesserungen bringen.

Artikel-, Bild- und Dokumentdaten können ab sofort leichter verwaltet werden. Das reduziert den manuellen Aufwand bei der Datenpflege in der Fachabteilung erheblich. Dokumente wie z. B. Bedienungsanleitungen können den Kunden viel einfacher als zuvor zur Verfügung gestellt werden.

Gleichzeitig wurden die Prozesse für das Artikelmanagement und das Caching optimiert. Neue sog. „Gemischte Warenkörbe“ erlauben es ab sofort den Kunden, ihre Lieferungen noch besser auf die eigenen Wünsche

anzupassen. So können die Kunden jetzt in einem Warenkorb Artikel zur direkten Abholung und zur Lieferung nach Hause zusammenfassen. Das erleichtert die Bestellprozesse spürbar.

Die neueste Version von Factfinder

„Factfinder NG“ sorgt für ein optimales Suchergebnis für die Kunden und verbessert das Nutzerlebnis im Shop.

Mit dem neuen Heimwerkerservice für Gewerbekunden kann Globus Fachmärkte besser auf Bedürfnisse von Kunden eingehen, die als Gewerbekunden registriert sind. So wird sich z. B. die Warenabholung für diese Kunden noch weiter verbessern.

Eine automatische Standortbestimmung im Shop rundet den Service für die Endkunden ab. Sie bestellen ab sofort automatisch in dem Fachmarkt, der ihrem Standort am nächsten liegt.

Bei den Globus Fachmärkten stehen seit jeher die Kunden im Mittelpunkt allen Handelns. Mit dem neuen Shop kann Globus Fachmärkte seinem hohen Serviceanspruch an die Kunden noch besser gerecht werden, als zuvor schon.

Die neu aufgesetzte Architektur des Shops ist für die Zukunft gerüstet und so ausgelegt, dass sie mit Erweiterungen skalieren kann.

WIR BAUEN UNSER PARTNERNETZWERK AUS

AUS UNSEREM NETZWERK ERHALTEN WIR IMMER VIEL INSPIRATION.

Allem voran aus den Kooperationsprojekten mit unseren Technologiepartnern. Aus diesen Partnerschaften entstehen Projekte, die mit hohen Mehrwerten für unsere Kunden umgesetzt werden können.

Doch auch wenn es um unsere Arbeitgebermarke, den Wissenstransfer mit den Hochschulen oder unsere Verbindung zu Politik, Verbänden und anderen Wirtschaftsunternehmen geht, erhalten wir immer wieder Inputs, die uns bei der strategischen Weiterentwicklung von IANEO helfen.

WIR ENGANGIEREN UNS AKTIV UND SEHR BEWUSST IN UNSEREM NETZWERK, DAMIT WIR ETWAS VON DIESEN INPUTS AN DIE PARTNER ZURÜCKGEBEN KÖNNEN.

Wir haben uns zum Ziel gesetzt, unsere Netzwerke noch weiter auszubauen. Deshalb werden Martin und Tom eine neue Partnerstrategie entwerfen, die der Vielzahl von Partnerschaften gerecht werden und unsere Kooperationsprojekte verfestigen wird.

Technologie- und Agenturpartner







Netzwerkpartner











GEWINNBRINGENDE IT-PROZESSE BRAUCHEN MEHR ALS NUR EINE SOFTWARE.

HK Business Solutions ist seit langen Jahren ein Partner von IANEO. Beide Unternehmen verbindet nicht nur eine enge Freundschaft, sondern auch das Selbstverständnis, dass konsequentes Servicedenken, Innovation und die Offenheit für neue Technologien die besten Grundlagen für erfolgreiche Kundenprojekte sind.

Marco Hess, einer der beiden Inhaber von HKBS, teilt mit uns die Leidenschaft für gute Software. Im Redaktionsgespräch berichtete er über die spannende Entstehungsgeschichte von HKBS und unsere Kooperationsprojekte.

ERP & INDIVIDUELLE SCHNITTSTELLENENTWICKLUNG GESUNDES WACHSTUM DURCH SPEZIALISIERUNG

Marco gründete 2004 das Unternehmen gemeinsam mit Kollegen. Sie spezialisierten sich auf ERP Systeme (alles voran Sage) und individuelle Schnittstellenentwicklung. Beratungsdienstleistungen für Hardwarestrategie und Implementierung von Software gehören ebenfalls zum Portfolio. Aktuell beschäftigt HKBS acht Mitarbeitende. Infrastructure as a Service und eine eigene Innovationsabteilung ergänzen die Themengebiete, die sich mit Kommunikation, Security/DSGVO und Projektmanagement befassen.

Herausfordernde Projekte, die Innovation und Ideenreichtum erfordern, versteht HKBS als die Chance, sich weiterzuentwickeln und herausragende Lösungen zu finden.

UNSERE KOOPERATIONSPROJEKTE: IMMER AUF AUGENHÖHE UND SAUBER ABGEGRENZT

Das gilt auch für die Projekte, die HKBS zusammen mit IANEO umsetzt. „Die Art und Weise, wie wir zusammenarbeiten ist immer auf Augenhöhe, sauber abgegrenzt und die Milestones werden auf kurzem Weg erreicht“, so beschreibt Marco die Kooperationen mit uns.

Beiden Unternehmen ist es wichtig, dass wir zusammen für die Kunden arbeiten. Wir bündeln das Know-how, teilen Wissen und haben das Ziel im Blick. Im Ergebnis erhalten die Kunden strategisch durchdachte Lösungen, die effizient und zielorientiert umgesetzt werden.

„Die Crux ist die Erreichbarkeit. Wir bauen die Kooperationsprojekte so auf, dass der Kunde einen festen Ansprechpartner hat, den er immer erreichen kann und der auch auskunftsfähig ist“. Dies macht aus Marcos Sicht das Besondere an den gemeinsamen Projekten aus.

Zusammenfassend kann man sagen: Wir haben Lust auf noch viel mehr gemeinsame Projekte. Es macht einfach Spaß, wenn man zusammen optimale Ergebnisse für den Kunden erzielt, auch wenn das Projekt noch so komplex ist. Und auch wenn die REPERT-Redaktion noch nicht darüber schreiben darf: Neue Kooperations-Projekte sind schon in der Planung.

WWW.HK-BS.DE

Der REPERT ergriff die Gelegenheit zum Gespräch mit Marco, als er im IANEO war, um sich unsere Innovationen im Bereich Data Quality Management Tool und DataFlowManagement anzusehen. Wir danken Marco für seine Zeit.



Cefak - seit 1948 in Kempten

HOCHWERTIGE ARZNEIMITTEL AUS DEM ALLGÄU

Seit 1948 legt die Cefak KG, ein mittelständisches Familienunternehmen mit Sitz in Kempten (Allgäu), Wert auf nachhaltiges, konzernunabhängiges Handeln. Dazu zählt auch, dass die Apotheken-Produkte nach höchsten Qualitätsstandards (u.a. GMP – Good Manufacturing Practice) ganz überwiegend selbst am Firmensitz auf modernsten Produktionsanlagen hergestellt und geprüft werden.

Ein Kooperationsprojekt mit unserem Partner Sigmatech aus Bous

Wir haben das Projekt gemeinsam mit unserem Partner Sigmatech umgesetzt. Dabei haben wir das auf die Pharma- und Lebensmittelindustrie abgestimmte ERP „Casymir“ an Shopware angebunden. Der Shop wurde mit Shopware 6 umgesetzt, und zwar so, dass der Kunde möglichst autark bleiben und z. B. die Designs selbst umsetzen konnte. Anna und Phillip H. haben den Kunden in Sachen SEO beraten. Durch unsere Schulungen war Cefak schnell in der Lage, den Shop selbst zu pflegen.

WWW.CEFAK.COM



ONLINESHOP FÜR DEN METALLGROSSHANDEL

Für den Neunkircher Metall-Großhändler delwo metall GmbH haben wir einen schlanken, zielgruppenorientierten Shop mit Shopware 6 erstellt.

Die delwo metall GmbH mit Sitz in Neunkirchen/Saar ist ein lagerführender und innovativer Spezialist für NE-Metalle und Edelstahl, Metallbearbeitung, Aluminium-Fensterbanksysteme und Oberflächenveredelung.

WWW.DELWO-ALUMINIUM-SHOP.DE

„WIR ARBEITEN GERNE DARAN MIT, DAS
SAARLAND ZU EINEM NOCH ATTRAKTIVEREN
LAND FÜR FACHKRÄFTE ZU MACHEN!“
IANEO WIRD VON TOM IN DER FACHGRUPPE VERTRETEN.

IANEO IST MITGLIED IN DER KMU-GRUPPE BEI AGENTUR SAARLAND ATTRACTIVE

Ein Gastbeitrag von Kimberley Hoyer, Projektmitarbeiterin Agentur Saarland Attractive

DIE SICHTBARKEIT KLEINER UND MITTLERER UNTERNEHMEN (KMU) AUS DEM SAARLAND ERHÖHEN - WIE GELINGT DAS?

Mit dieser Fragestellung im Hinterkopf initiierte die Agentur Saarland Attractive eine Arbeitsgruppe engagierter Vertreter*innen saarländischer KMUs. Auch IANEO als Unternehmen mit starker Arbeitgebermarke, welches kontinuierlich danach strebt, sich weiterzuentwickeln, wurde zu dem Treffen eingeladen.

Das bei saaris angesiedelte Projekt „Agentur Saarland Attractive – Find Work & Stay“ wurde vom saarländischen Wirtschaftsministerium ins Leben gerufen und wird aus Mitteln des Europäischen Sozialfonds (ESF) finanziert. Die Mission der Agentur ist es, qualifizierte Fachkräfte für das Saarland zu gewinnen, um dem sich verschärfenden Fachkräftemangel entgegenzuwirken.



Als Wegweiser und erste Anlaufstelle für alle Zuzugs- und Rückzugsinteressierte, die im Saarland arbeiten und leben möchten, steht die Agentur durch ausführliche, individuelle und persönliche Unterstützungsangebote und einen kostenlosen Willkommensservice zur Verfügung.

Auch ist es ein Aufgabenbereich, KMUs in der Region beim Zuzug neuer Mitarbeiter*innen zu unterstützen, aber auch Workshops und Handlungshilfen anzubieten, die Unternehmen bei der attraktiven Außendarstellung fördern sollen.

KONKRETE LÖSUNGSANSÄTZE

Ziel soll es sein, ein neues Netzwerk an Vertreter*innen saarländischer KMUs zu gründen, welche sich regelmäßig gemeinsam treffen. Das erste Treffen im co:hub66 in Saarbrücken in der letzten März-Woche wurde bereits für die Ausarbeitung konkreter Lösungsansätze genutzt.

Dabei befasste sich das Team mit folgenden Fragen:

- Wie kann es gelingen saarländische KMUs für Fachkräfte & Studierende sichtbarer zu machen?
- Welche konkreten Workshop-Themen, Handlungshilfen und Checklisten helfen Unternehmen auf dem Weg, Fachkräfte für sich zu gewinnen?
- Welche Veranstaltungsformate sind denkbar, um KMU mit Fachkräften und Studierenden in Kontakt zu bringen?

MODERIERTER AUSTAUSCH UND SPEZIFISCHE WORKSHOPS

Eines wurde klar: Hier und da mal eine kurze, oberflächliche Veranstaltung mit Impulsvorträgen zum Thema Fachkräfte-Recruiting reicht nicht aus. Ein moderierter Austausch und spezifische Workshops mit interaktiven sowie modernen Methoden, bei welchen konkrete Fragen geklärt werden können stehen hier im Fokus. Dadurch sollen neue Ideen, Handlungsansätze und Arbeitsgruppen entstehen, welche sich gegenseitig befruchten. Denn die Motivation liegt darin, KMUs zur Diskussion und Ausarbeitung konkreter Ansätze zusammenzubringen.

Passend zur Aufgabenstellung der Agentur sollen bei den zukünftigen Netzwerktreffen Themenfelder wie beispielsweise das Fachkräfte-Recruiting, Sichtbarkeit von KMUs auf dem Arbeitnehmermarkt sowie Verbesserung des Image des Saarlands als attraktiven Ort zum Arbeiten und Leben über die Landesgrenzen hinaus abgedeckt werden.

Denn: „Letztendlich sitzen alle in einem Boot und wir können nur gemeinsam die Sichtbarkeit saarländischer KMUs voranbringen.“

WWW.SAARLAND-ATTRACTIVE.DE

Foto und Logo auf dieser Doppelseite mit freundlicher Genehmigung der Agentur Saarland Attractive



NETZWERK - INITIATIVEN UND VERANSTALTUNGEN

Unser Veranstaltungskalender ist bis in den Sommer hinein mit interessanten Netzwerkveranstaltungen gefüllt. Hier geben wir euch einen Überblick über die Veranstaltungen, an denen wir uns aktiv beteiligen.

BLACKOUT ALS GEFAHR FÜR MEIN UNTERNEHMEN

Wann: 27. April 2023

Wo: Haus der Zukunft

Die Wirtschaftsregion Saarbrücken e.V. hat diese Veranstaltung in Kooperation mit Energie SaarLorLux initiiert. Der schmale Grat zwischen Nachhaltigkeit, Netzsicherheit, Lastmanagement und zukunftsorientierten Energie-Lösungen für Unternehmen und Städteplaner.

Das Thema wird mit verschiedenen Keynotes von Akteuren aus Energiewirtschaft und Städteplanung intensiv beleuchtet. Im Anschluss an die Vorträge wird Dirk auf dem Podium gemeinsam mit Wirtschaftsminister Barke und weiteren Akteuren zu dem Thema diskutieren. Es wird um Fragen gehen wie:

Wie muss die Energie-Infrastruktur meines Unternehmens für die Zukunft aufgestellt sein? Wie müssen und können sich Unternehmen auf eine weitere Krise oder ein Blackout-Szenario vorbereiten?

E-COMMERCE FÜR DEN EINZELHANDEL

Wann: 4. Mai 2023

Wo: IHK Regional Saarpfalz, Bexbach

Gemeinsam mit sitepoint und weiteren Akteuren werden wir einen kompakten Vortragsabend für Einzelhändler gestalten. Unser Ziel: Das Bewusstsein dafür stärken, dass auch im regionalen Einzelhandel mit ganz einfachen Mitteln große Schritte durch Digitalisierung erreicht werden können.

IANEO ALS SPONSOR DER MAKE-IT.SAAR

Wann: 13. und 14. Mai 2023

Wo: East Side Fab

Zwei Tage Tüfteln, Basteln, Experimentieren. In diesem Frühjahr findet die make-it.Saar zum zweiten Mal im East Side Fab statt. Das Festival rund um neue Technologien und Trendthemen für Jung und Alt will auf die saarländische Maker-Szene aufmerksam machen und allen den Spaß an den spannenden Themen vermitteln. Da sind wir natürlich gerne als Sponsor mit dabei.

FACHKONFERENZ FOR A BETTER DATA QUALITY

Wann: 24. Mai 2023

Wo: East Side Fab

Der Mai dieses Jahres ist der europaweite Monat der Datenqualität. Gemeinsam mit dem East Side Fab haben wir deshalb beschlossen, eine Fachkonferenz mit dem Titel „FabImpact Data Quality: Fachkonferenz für eine bessere Datenqualität in Unternehmen“ ins Leben zu rufen. Die Veranstaltung wird am 24. Mai in den Räumen des East Side Fab stattfinden.

Die Konferenz hat sich zum Ziel gesetzt, in Unternehmen das Bewusstsein für Datenqualität zu wecken und aktiv einen Beitrag zu einer Verbesserung der Datenbestände zu leisten.

Die Besucher sollen bei der Konferenz viele Inputs für ihre eigene Arbeit im Zeitalter der Daten bekommen und erste Ansätze für die Verbesserung von Datenqualität in ihren Unternehmen mitnehmen.

Annick wird gemeinsam mit Marco in einer Keynote einen Bezug zwischen der wissenschaftlichen Definition von Data Quality und der praktischen Umsetzung herstellen.



NETZWERK - INITIATIVEN UND VERANSTALTUNGEN

Die Inhalte dieses Auftaktvortrages von IANEO werden überleiten zu sehr praxisbezogenen Vorträgen der anderen Beteiligten. Es wird um Produktdaten und Data Governance, Geo-Daten, Messdaten und KI-basierendes Datamanagement gehen. Im Anschluss an die Vorträge wird die Möglichkeit bestehen, dass sich die Besucher der Veranstaltung in einer interaktiven Diskussionsrunde in das Thema einbringen und gemeinsam mit den Experten Ansätze für die Verbesserung von Data Quality entwickeln.

Es werden sich verschiedene andere Mitgliedsunternehmen aus dem East Side Fab beteiligen. Neben IANEO sind aus der East Side Fab Community mit dabei:

DFKI, AWSi, Caigos GmbH, dimeto GmbH, dinext AG, htw saar,

Saarl. EDIH-Konsortium: Digital Economy & AI Hub, Villeroy & Boch AG, ZENNER International

VORTRAG BEI DER KNOW-HOW@HTW

Wann: 25. Mai 2023

Wo: Campus Alt-Saarbrücken, Gebäude 10

Wissenschaftliches Know-how und qualifizierte Fachkräfte sind wesentliche Voraussetzungen für die Wettbewerbs- und Innovationsfähigkeit eines Unternehmens und stärken den Wirtschaftsstandort. Knowhow@htw liefert wichtige Impulse für den Transfer zwischen Wissenschaft und Wirtschaft. Die Veranstaltung gewährt Einblicke in erfolgreiche Forschungsk Kooperationen, informiert über die Vielzahl möglicher Transferformen und benennt Förderinstrumente. Zielgruppe sind vor allem kleine und mittlere Unternehmen, die konkreten Entwicklungsbedarf haben und mit Experten aus Wirtschaft, Wissenschaft und Politik ins Gespräch kommen möchten.

IANEO wird eine 15-minütige Keynote zum Thema „Change - Veränderungen proaktiv begegnen“ halten. Tom wird für uns referieren und in seinem Vortrag ein Schlaglicht mit dem Schwerpunkt „Flexibilität, Innovation und Offenheit“ auf unsere Unternehmenskultur werfen. Der Vortrag wird zeigen, wie wir proaktiv mit Veränderungen umgehen und was es uns bringt, Herausforderungen offen und v. a. gemeinsam als Team zu begegnen.

SOMMERFEST DER IANEO

Wann: 23. Juni 2023

Wo: Rund um das IANEUM und die Villa Reppert

Das diesjährige Sommerfest wird in seiner gewohnten Form mit vielen geladenen Gästen stattfinden. Es wird der Höhepunkt unseres Veranstaltungsjahres und das wichtigste unserer Netzwerk-Events.

Das Orga-Team läuft gerade schon auf Hochtouren. Noch ist alles im Hintergrund. Aber wir können euch schon verraten: Es wird wie immer großartig.

Freut euch auf eine fabelhafte Party. An diesem Abend wird IANEO ganz groß rauskommen.

NEUE RICHTLINEN ZUR INFORMATIONSSICHERHEIT

AUSSCHUSS FÜR INFORMATIONSSICHERHEIT NIMMT SEINE ARBEIT AUF

EIN GASTBEITRAG UNSERES DATENSCHUTZBAUFTRAGTEN STRUDI-JÜRGEN-FRANZ

IANEO WAPPNET SICH GEGEN ANGRIFFE

Nachdem wir für Telefonica ein Sicherheitsaudit ablegen mussten, haben wir uns dazu entschlossen, Teile der für dieses erarbeiteten Inhalte als festen Bestandteil in der IANEO umzusetzen.

Dazu haben wir zum Jahreswechsel den Ausschuss für Informationssicherheit gegründet, dem Marco Grewenig, Bernd Hertel, Dirk Frank, Daniel Maurer und Jürgen Franz angehören.

Als ersten Punkt haben wir dann die Informationssicherheitsrichtlinie für die IANEO erstellt und verabschiedet. Hierin ist alles beschrieben, was uns wichtig erscheint zu diesem Thema. Hierauf werden auch alle weiteren Dokumente und Regeln basieren. Die Security Policy wird demnächst im Intranet veröffentlicht.

Wichtig wird es sein, dass wir alle eine Aufmerksamkeit für das Thema Informationssicherheit bekommen und achtsam damit umgehen. Was schützenswert ist und wie wir dann damit umgehen wollen, wird Strudi Euch demnächst persönlich vorstellen. Er ist auch Euer erster Ansprechpartner für solche Angelegenheiten.

NEUE RICHTLINIEN

Als erste Maßnahmen wurde eine Regelung eingeführt, wie wir mit Besuchern unserer Häuser umgehen wollen. Auch wird eine neue Richtlinie zum Benutzen von mobilen Geräten mit IANEO-Daten geben. Dazu gehören neben den Firmen-Laptops zum Beispiel auch Smartphones, auf denen Firmen-E-Mails empfangen werden. Weiteres steht in der Pipeline, damit wir sicher mit Informationen umgehen und die Ziele der IANEO umsetzen können.

DAS NEUE GÄSTEMANAGEMENT

REGISTRIERUNG FÜR BESUCHER

Im Zuge der neuen Sicherheitsrichtlinien haben wir ein digitales Gästemanagement aufgesetzt. Dazu findet ihr auch eine neue Arbeitsanweisung im Social Intranet.

Alle Besucher werden ab sofort im Frontoffice mit ihrem Namen, der Firma/Institution sowie dem Ansprechpartner bei uns hier im Haus erfasst. Das geht am einfachsten mit einem Handy. Der Besucher kann sich über einen QR Code (steht bei Annette auf der Theke) auf ein Formular einwählen und seine Daten erfassen. Den QR-Code findet ihr auch auf den Besprechungstischen, falls jemand doch nicht im Frontoffice war.

BITTE BEACHTET, DASS SICH KEINE BESUCHER ALLEIN IN DEN GEBÄUDEN AUFHALTEN DÜRFEN

Als Besucher gelten alle Nichtmitarbeiter der IANEO, Trace.rt, InnoP oder Alocalo, wie z.B. Kunden, Lieferanten, etc.

NEUE VORANMELDUNG

Im Social Intranet findet ihr im Servicebereich zusätzlich ein Formular, mit dem ihr eure Termine voranmelden und planen könnt. Dort könnt ihr auch angeben, ob ihr für eure Termine Catering oder Snacks benötigt. Das Frontoffice kümmert sich dann für euch.

HÜTERINNEN DES FRONTOFFICE



NINA



ANNETTE

DIE WÄCHTER DER SICHERHEIT



DIRK



MARCO

Head of Applications,
Data & Process Management



DANIEL



BERND



STRUDI (JÜRGEN)

SECURITY ALERT

ZEITMANAGEMENT MECHANISMEN UM STRESS ZU VERMEIDEN

Die Liste der To-Dos ist lang und trotz unermüdlicher Arbeit ist kein Ende in Sicht? Ein gelungenes Zeitmanagement kann dabei helfen, der Zeit nicht mehr hinterherzurennen und Stress vorzubeugen.

Was versteht man unter Zeitmanagement?

Streng genommen können wir die Zeit nicht managen. Schließlich läuft unsere Lebensuhr stetig weiter. Die Zeitmanagement-Definition bezieht sich vielmehr auf den Umgang mit Zeit. Im Alltag schleicht sich in dem Zusammenhang immer wieder eine Lebenslüge ein. Der häufig genutzte Ausspruch: „Ich habe keine Zeit“, ist schlichtweg falsch.

Wir alle haben täglich 24 Stunden zur Verfügung – hier ist nur die Frage, womit wir diese Zeit verbringen. Aus diesem Blickwinkel existieren keine Zeitprobleme, sondern ausschließlich Prioritätsprobleme.

Es kann Personen also schwerfallen, den wichtigen Dingen Vorrang zu geben. Genau an dieser Stelle kommt das Zeitmanagement ins Spiel. Es kann viel bewirken, je nachdem, zu welchem Zweck man es einsetzt. Menschen können mit Zeitmanagement-Methoden die wichtigsten Ziele zuerst abhaken und Aufgaben schneller erledigen. Diese neu gewonnene Zeit können sie dann zur Entspannung oder im eher ungünstigen Fall zur Bewältigung von noch mehr Arbeit nutzen. Im besten Fall haben wir alle im Kopf, dass Zeit eine wertvolle Ressource ist – schließlich kann niemand die Uhr zurückdrehen und die Zeit noch einmal nutzen.

5 TIPPS FÜR GUTES ZEITMANAGEMENT

1. Prioritätenliste schreiben
2. Pufferzeiten einplanen
3. To-Do-Listen/Prioritätenplanung am besten einen Tag zuvor
4. Erst Tagesplan erstellen, danach priorisieren
5. Dranbleiben!

Die Inhalte zu dieser Sonderseite haben wir dem Gesundheitsmagazin der AOK entnommen und hier für euch neu aufbereitet.

METHODEN DES ZEITMANAGEMENTS

Zwei-Minuten-Regel

Alles, was du in 2 Minuten oder weniger abarbeiten kannst, wird direkt erledigt – auch, wenn diese Aufgabe nicht die höchste Priorität hat.

Passt gut zum Umgang mit E-Mails und Telefonaten. So hat man dann den Kopf frei für größere Themen. Diese Methode geht übrigens auf den amerikanischen Selbstmanagement-Experten David Allen zurück.

Pareto-Prinzip

Dieses Prinzip wird auch 80/20-Regel genannt. Die Ableitung davon: 80% der Ergebnisse kann mit 20% des Gesamtaufwandes erreicht werden. Und umgekehrt: Die restlichen 20% Arbeit benötigen 80% der Zeit.

Diese Methode geht auf seinen Entdecker Vilfredo Pareto zurück.

WELCHER CHRONOTYP BIST DU?

Der Zeitpunkt, wann Menschen besonders leistungsfähig sind, ist sehr individuell. Dafür gibt es verschiedene Chronotypen. Wie das persönliche Zeitgefühl aussieht, ist von zwei Faktoren abhängig: der Genetik und den Lichtverhältnissen.

Die zwei bekanntesten Chronotypen sind die Eule und die Lerche.

Die Eule geht spät ins Bett und schläft möglichst lange. Die Lerche steht dagegen gerne früh auf und ist direkt sehr leistungsfähig – dafür wird sie dann auch früh müde.

Chronotypen bestimmen jedoch nicht nur, wann man am liebsten schläft. Unsere innere Uhr legt für alle wichtigen Vorgänge im Körper die zeitlichen Abläufe fest. Beispielsweise steuert sie auch, wann verschiedene Hormone ausgeschüttet werden.

Ist es möglich, seine innere Uhr zu ändern?

Schichtarbeit, Überstunden, früh wach werdende Kinder – es ist häufig schwer, den eigenen Chronotyp mit den täglichen Anforderungen in Einklang zu bringen. Grundsätzlich kann aus einer Eule keine Lerche werden. Es gibt jedoch einen Faktor, der das Zeitgefühl ein wenig beeinflussen kann: das Licht.



TAKE A
 - DIE GESUNDE PAUSE

WARUM SIND GESUNDE PAUSEN SO WICHTIG?

Pause zu machen, ist für deinen Körper und deine Psyche besonders wichtig. Nur so, kann sich der Körper optimal auf bevorstehende körperliche oder geistige Anstrengungen vorbereiten. Fehlt ihm diese Vorbereitung und ist er überwiegend in der Belastungsphase, kann dies einige negative Folgen haben:

- Konzentrationsfähigkeit sinkt
- Fehler werden häufiger gemacht
- Ständige Müdigkeit
- Gereiztheit
- Muskelverspannungen
- Kopfschmerzen

EINE GUTE PAUSE HINGEGEN ERKENNT DER KÖRPER SOFORT, DENN:

- Der Herzschlag wird langsamer.
- Die Muskeln entkrampfen.
- Verspannungen lösen sich.
- Der Blutdruck sinkt.
- Die Atmung wird gleichmäßig und tief, was für eine perfekte Sauerstoffversorgung sorgt.
- Die Organe arbeiten entspannter.

UND NOCH MEHR:

Wer eine gesunde Pause macht, stärkt das eigene Wohlbefinden und fördert seine Gesundheit. Aktive Pausen mit ausreichender Erholung sind wichtig, um langfristig gesund und vor allem sicher arbeiten zu können. Toller Nebeneffekt: Stress wird abgebaut und man fühlt sich fitter und produktiver.

5 TIPPS FÜR DIE PERFEKTE PAUSE:

Komplementärtätigkeit

Tu das Gegenteil deiner bisherigen Arbeitstätigkeiten - Wenn du viel sitzt, steh auf und spaziere ein wenig. Wenn du viel geredet hast, dann lass ein wenig Ruhe einkehren.

Abstand vom Arbeitsplatz

Schaffe möglichst viel Abstand von deinem Arbeitsplatz. So kannst du richtig abschalten und kommst nicht auf die Idee, doch noch schnell eine Mail zu checken oder ein kleines Problem zu lösen.

Gespräche über die Arbeit vermeiden

Es macht doch viel mehr Spaß, in der Pause über das bevorstehende oder vergangene Wochenende zu plaudern, Essensrezepte oder lustige Anekdoten auszutauschen. Über die Arbeit zu reden, schafft weder Abstand noch Erholung.

Gesundes Essen

Um das berühmte Mittagstief zu vermeiden und wirklich mit mehr Energie und Kraft weiterzuarbeiten, bedarf es einem gesunden Essen. Am besten bereitest du dir am Abend vorher ein leckeres ge-

sundes Gericht mit ausreichend Nährstoffen vor.

Frische Luft tut gut

Schaff dir doch mal einen freien Kopf. Das klappt am besten mit einem kleinen Spaziergang an der frischen Luft. So wirst du nicht nur wacher, sondern auch entspannter und erholt. Die Sonne schenkt dir sogar ein wenig Vitamin-D, das sorgt für gute Laune.

Mit der richtigen Planung vergisst du keine Pausen mehr

Dir geht es auch oft so, dass du vergisst, deine Pause zu machen. Vielleicht, weil das Projekt dich gerade so fordert oder du so im Flow bist, dass du es einfach vergisst, dich auszuruhen? Unser Tipp: Stell dir einen Wecker oder trage dir einen Termin in deinem Kalender ein mit der entsprechenden Benachrichtigung vergisst du in Zukunft keine Erholung mehr.

IGM APRIL BIS JUNI 2023 WAS STEHT AN?

Von April bis Juni dreht sich für uns beim IANEO Gesundheitsmanagement alles rund um den dm-Firmenlauf. Auch dieses Jahr werden wir mit einigen IANEOs am 5km-Lauf in Saarbrücken teilnehmen.

Deshalb sind die kommenden Termine alle auf das Training und die körperliche Fitness ausgelegt. Natürlich können auch jene, die nicht am Firmenlauf teilnehmen möchten von den Angeboten Gebrauch machen.

Unsere IGM-Events der kommenden Zeit:

BIA-MESSUNG (KÖRPERZUSAMMENSETZUNG) MIT DER IKK SÜDWEST 17. APRIL 2023 IM IANEUM GEGENÜBER SEKRETARIAT

Weitere Infos und die Anmeldung findest du im Themenbereich unseres Social Intranet

LAUFANALYSE BEI SPORTHAUS JOCHUM

26. April 2023 ab 12.00 Uhr im Sporthaus Jochum Holzer Straße 73 A in 66287 Quierschied. Weitere Infos und die Anmeldung findest du unter: www.sportjochum.de

DM-FIRMENLAUF 2023 IN SAARBRÜCKEN

16. Juni 2023 ab 17 Uhr am Tbilisser Platz (vor Staatstheater)
Weitere Infos zum Firmenlauf gibt's unter: www.firmenlauf-sb.de

2. BIA-MESSUNG (KÖRPERZUSAMMENSETZUNG) MIT DER IKK SÜDWEST IM JUNI 2023

Falls du an der 1. BIA-Messung bereits teilgenommen hast und dir evtl. Ziele gesetzt hast, kannst du hier überprüfen: Hat sich etwas verändert? Und wenn es die erste Messung für dich wäre, kannst du dir hier einen Überblick über deine Körperzusammensetzung (Knochen, Fettgehalt, Wasser, etc.) einholen.

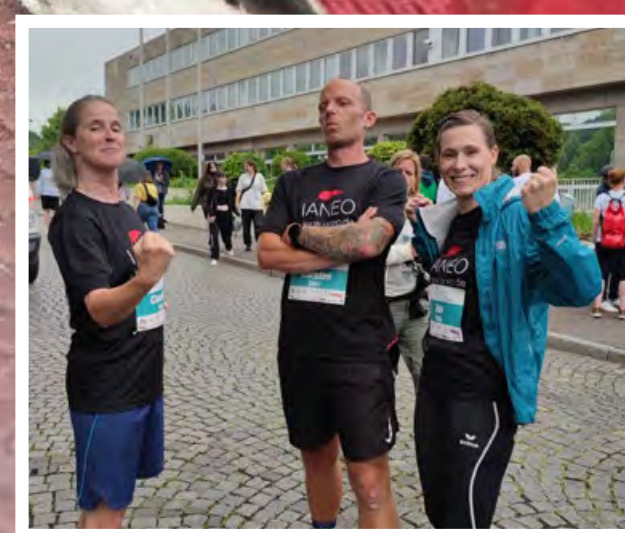
Einen Link zur Anmeldung erhältst du zeitnah zum Termin.

KARSTEN BIETET ÜBRIGENS EINE ACTIVITY-GRUPPE „LAUFTREFF“ AN. WENN IHR EUCH ANSCHLIESSEN MÖCHTET, SPRECHT IHN AN.

*Wie ihr seht kommt der Spaß an der Sache beim Firmenlauf nie zu kurz :-)
Wir wünschen allen IANEO-Runnern schon jetzt viel Ausdauer und eine riesen Portion Freude am Rennen. Hier ein paar Eindrücke aus dem letzten Jahr.*



DM-FIRMENLAUF 16. JUNI 2023



UNSERE BIENEN IM FRÜHLING *

Während die ersten Sonnenstrahlen im Frühjahr die Erde aufwärmen, erwacht die Natur aus ihrem Winterschlaf, Pflanzen wachsen und Insekten kommen aus ihren Winterverstecken. Über die kalten Wintermonate formen die Honigbienen in ihrem Stock eine „Wintertraube“, um sich gegenseitig zu wärmen.

Sobald die Temperaturen über die 12° Celsius Marke klettern, unternehmen die Bienen ihren ersten Reinigungsflug und beginnen damit den Bienenstock zu säubern und auch Pollen für die Brut zu sammeln, die die Königin nun legen wird. Zur ersten Tracht (Pflanzen, deren Nektar und/oder Pollen von den Bienen geerntet wird) der Honigbiene gehören bereits Frühblüher wie Krokusse und die Haselnuss.

Die Arbeiterinnen fliegen so oft wie möglich aus, um Pollen in den Stock zu bringen, damit die neue Brut gefüttert werden kann. Die Bienenkönigin legt vom Frühjahr bis in den Sommer hinein bis zu 2.000 Eier pro Tag, sodass es im Bienenstock schnell eng werden kann. Ein großes Volk kann im Sommer bis zu 60.000 Bienen zählen.

Im Frühjahr, meist zwischen April und Juni schwärmen die Bienen. Die alte Königin zieht mit ihrem Hofstaat aus, um eine neue Kolonie zu gründen und sich eine geeignete Behausung zu suchen. Sie nehmen hierbei etwa die Hälfte des Honigvorrates mit auf ihre Reise. Im verlassenen Bienenstock wartet ein Teil des Hofstaates darauf, dass eine neue Königin aus der sogenannten Weiselzelle schlüpft.

Diese besonderen Weiselzellen beherbergen verpuppte Bienenköniginnen, die sich von Gelée Royal, einem speziellen Königinnenfuttersaft ernähren und darauf warten, die Herrschaft im Bienenstock zu übernehmen. Die Population teilt sich, dies dient der Arterhaltung durch Vermehrung, gleichzeitig werden Schädlingsbefall und andere Krankheiten durch das Schwärmen vermindert.

Das Schwärmen ist ein ausgeklügelter Vorgang, der einen Neubeginn bedeutet. Oft kann es allerdings für die Bienen mit Risiken verbunden sein, so kann ein unerwarteter Regenguss oder gar ein Frühlingsgewitter das Ende des Bienenschwarms bedeuten. Meist jedoch findet sich der Schwarm in einer Traube, die um die Königin gebildet wird, an einem nahegelegenen Baum zusammen, während ein Teil der Bienen nach einem geeigneten Quartier auf die Suche geht.

Jeder, der schon einmal einen Bienenschwarm gesehen hat, weiß welche Faszination von ihm ausgeht. Man möchte ihn beobachten, aber bleibt natürlich auf Distanz, weil Bienen ja immerhin stechen können. Wir freuen uns schon, euch bald im Social Media wieder mehr von unseren Bienen zu zeigen und hoffen, dass sie sich weiterhin prächtig entwickeln.

An dieser Stelle lieben Dank an Alex, unseren Haus- und Hof-Imker, der nun auch wieder öfter vorbeischaut, weil er mit den Bienen aus der Winterruhe erwacht. :-)

Wenn ihr im Moment sog. Frühblüher wie z. B. diese Weidenkätzchen seht, werdet ihr an den Blüten viele Insekten finden, die sich ihre erste Nahrung für das Jahr abholen. Dazu zählen auch die Bienen. Beobachtet an unseren Stöcken doch mal, wie sie von ihren Ausflügen zurückkommen und im wahrsten Sinne des Wortes die Taschen voller Pollen haben.

Den Pollen brauchen die Bienen, um jetzt - im beginnenden Frühling - ihre Brut zu füttern. Pollen enthält viele Proteine und Nährstoffe, die die neuen Bienen brauchen, um sich optimal zu entwickeln.

* Große Teile dieses Beitrags stammen von der Internetseite www.nabu-saar.de. Wir haben die Inhalte für euch hier aufbereitet.:-)



ALPAKA-QUALITY-TIME IM TEAM BADGER

Am 09.03. brach das Team Badger (+ Juniorverstärkung) Richtung Mainzweiler auf, um eine Alpaka-Zeit zu erleben. Je näher man dem Ziel kam, desto ländlicher wurde es. Und sobald man das Gefühl hatte, sich komplett verfahren zu haben und fälschlicherweise auf einem Waldweg gelandet zu sein, da war man richtig: Die Alpaka-Farm, abseits vom Dorf und umgeben von Wiese und Wald, wurde sichtbar.

Das Team wurde empfangen von den Farmbesitzern Corina und Martin. Umgeben von Alpakas wurden viele spannende Fakten über die Tiere vorgestellt und Fragen beantwortet.

Alpakas sind eine menschengemachte Züchtung, welche in freier Natur nicht überlebensfähig wäre: Die Tiere bekommen jährlich ein neues Fell, welches sie nicht selbst abstoßen können. Ebenso erfuhren die Badgers, warum man Alpakas nicht knuddeln soll. Da die Alpaka-Mütter von ihrer Anatomie her die Jungtiere nicht trocken lecken können, kennen Alpakas normalerweise keine Berührungen in der Form – anders als es zum Beispiel bei Hunden oder Katzen der Fall ist. Wenn die Tiere doch von Klein auf an Berührung gewöhnt werden, kann es zu Verhaltensproblemen mit zunehmendem Alter kommen – der Mensch wird als ‚Herdenmitglied‘ angesehen und somit auch herausgefordert, was aggressives Verhalten zur Folge haben kann. Außerdem können Alpakas ebenso wie Lamas spucken und tun das meistens noch schneller als ihre Artgenossen. Mit den Badgers haben sie sich aber gut verstanden – kein einziges ‚Spuckopfer‘ war zu beklagen.

Nach der Einführung ging es dann ins Gehege zu den Alpakas – aber aufgrund der Anforderung, die Alpakas nicht anzufassen, keinesfalls auf Tuchfühlung. In Angesicht dieser flauschigen Versuchungen keine einfache Aufgabe, aber als pflichtbewusste IANEOs erfüllte jede

und jeder Einzelne diese Bitte. Ganz verzichten auf das Gefühl von weicher Alpaka-Wolle unter der Hand mussten die Badgers aber doch nicht – ein ‚Spezialfall‘ unter den Alpakas wurde in der Vergangenheit falsch erzogen und suchte neugierig und herausfordernd Nähe. Corinas und Martins Anweisung: Alpaka sanft wegdrücken wenn es penetrant wird – und das wurde auch umgesetzt (ja, das Alpaka war herrlich flauschig). Hier wurde sichtbar, dass großer Wert auf den richtigen Umgang mit den Tieren gelegt wurde. Alpakas, die woanders als Problemfälle schon fast zum Abschuss freigegeben wurden, fanden im Webertal ein neues Zuhause. Was dem Team ebenfalls auffiel: die facettenreichen Charaktere, Gesichter und vor allem Frisuren der Alpakas – jedes hat seinen eigenen Stil.

Dann ging es zum Kern des Events: Der Alpaka-Spaziergang. Jedes Teammitglied, welches ein Alpaka führen wollte bekam von den Farmbesitzern ein zu sich selbst passendes Alpaka an die Seite gestellt – mit Ausnahme von Sebastian: Sein Alpaka wählte ihn schon im Vorfeld selbst aus. Der Spaziergang war nicht nur für die Badgers, sondern auch für die Alpakas eine entspannende Angelegenheit – keine Selbstverständlichkeit, wie Corina und Martin anmerkten. Die IANEOs haben hier mal wieder einen guten Eindruck hinterlassen.

Abschließend gab es noch eine kurze Vorstellung von Alpakaprodukten (und erneut die Gelegenheit ihre abgeschorene Wolle zu flauschen – diesmal ohne Einschränkungen). Der Abend wurde abgerundet mit Speis und Trank im Manin St. Wendel.

Der Tag ist allen Beteiligten in guter Erinnerung geblieben – oder wie Michèle es passend formulierte: „Rundum einfach ein schöner Tag“.





4 Azubis in einem Jahr
hatten wir noch nie,
das war uns ein
Gangfoto wert!



SCHÖNE SZENEN AUS DEM
SHOOTING MIT RICH



AUTSCH - DER QUARTALSSPRUCH

Daniel steht an der Kaffeetheke im Forum, als Annette ihm ein verschlossenes Paket bringt.

Daniel: "Das sind sicher die drei neuen Festplatten für den Server."

Sagt Annette: „Bisschen leicht für drei Festplatten, oder?!"
erwidert Daniel:

„DIE SIND SO LEICHT, WEIL
NOCH KEINE DATEN DRAUF
SIND.“



Dieser REPERT wurde für die interne Kommunikation von IANEO Solutions GmbH erstellt.

Bildrechte: Rich Serra für IANEO Solutions (www.rich-serra.de),
Pixabay, saaris, HKBS, DELWO, Cefak

Texte und Layout: Tom

Lektorat: Michèle

Finish und Erstellung der Druckdatei: Nina

Druck: Digitaldruck Pirrot, Dudweiler