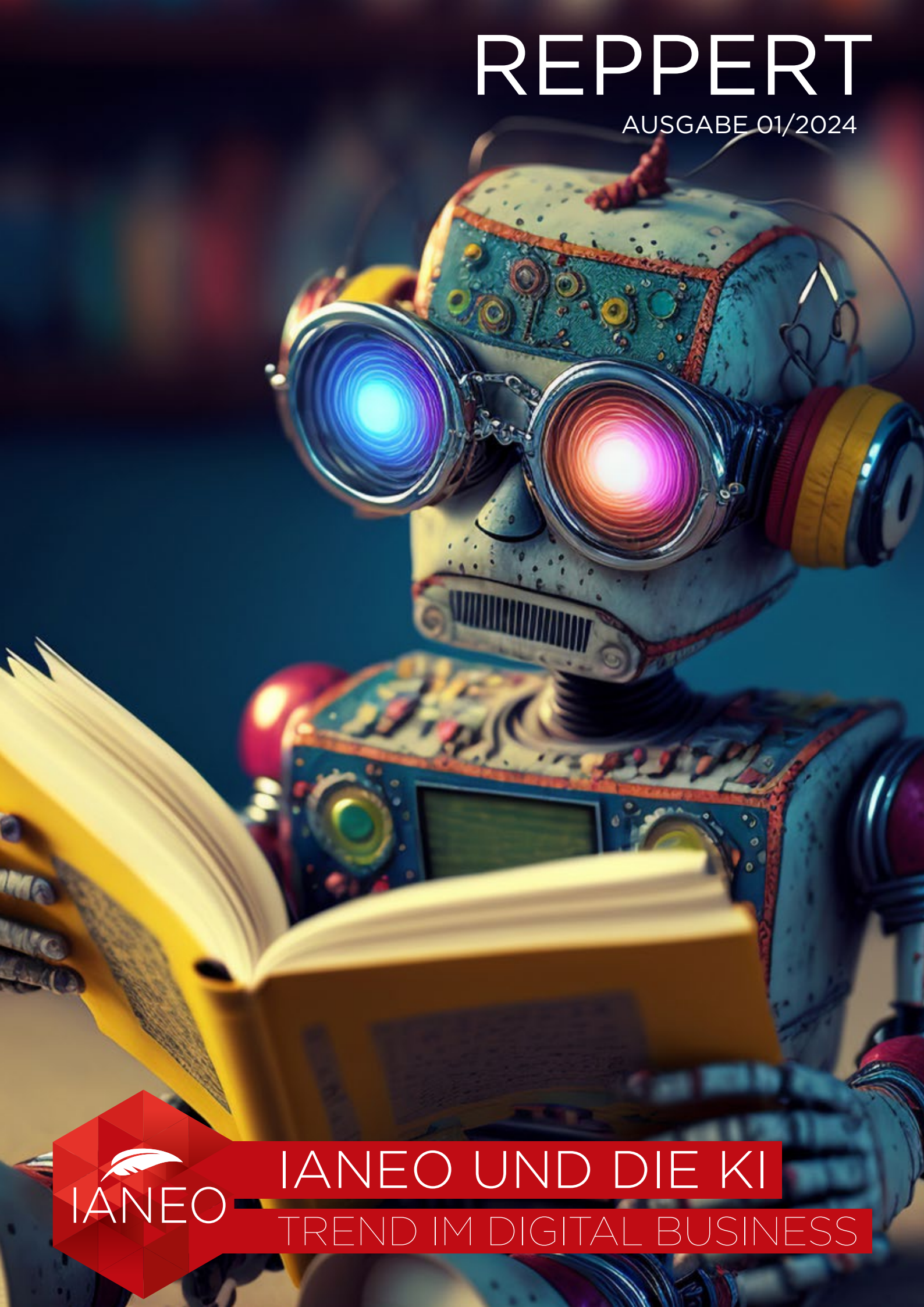


REPPERT

AUSGABE 01/2024



IANEO UND DIE KI

TREND IM DIGITAL BUSINESS

IANEO FAMILY WÄCHST - DIE BOBBYCAR TRADITION WURDE FORTGESCHRIEBEN



Hätte Bennet nicht so fest geschlafen, dann hätte er sein Bobbycar sicher selbst in Empfang genommen. Seine Eltern - IANEO-Ina und ihr Mann Matthias - haben es für ihn übernommen. Und wenn man den Probefahrten im Forum Glauben schenken darf, werden die beiden mit Bennets Bobbycar noch viel Spaß haben, bis er es selbst benutzt. Allzeit gute Fahrt für euch drei!! :-)

Kleiner Spoiler: Die nächste Bobbycar-Pilotin ist kurz nach Redaktionsschluss auf der Erde angekommen. Wer das ist, das erfahrt ihr in der kommenden Ausgabe

AUSGABE APRIL 2024

INHALTSVERZEICHNIS

EDITORIAL	4
DIRK'S KOLUMNE.....	6
ONLINE- UND PERFORMANCEMARKETING	8
UNSER NEUER GESCHÄFTSZWEIG WÄCHST	
MIGRATION SHOPWARE 5 AUF SHOPWARE 6	10
SCHNELLE UND VERLUSTFREIE UMSTELLUNG AUF DIE NEUE VERSION DES SHOPSYSTEMS	
KONFIGURATOREN	12
WESENTLICHER BESTANDTEIL DIGITALER GESCHÄFTSSTRATEGIEN	
BTL BRANDSCHUTZ SETZT AUF FASTPIM	15
58.000 PRODUKTE, 105.000 ARTIKEL	
IANEO WIRD SALESFORCE PARTNER.....	16
KI IM DIGITAL BUSINESS	19
CHANCEN UND VORTEILE FÜR UNTERNEHMEN	
CHATGPT - PROGG'N'ROLL?	22
IANEOS TESTEN MACHINE LEARNING TOOLS AUF PRAXISTAUGLICHKEIT	
UNSERE INTERNET-SEITE IST ÜBERARBEITET	28
DER NEUE IMAGEFILM.....	29
UNSER MARKETING 2024	30
ONLINEMARKETING AUF ERFOLGSKURS	
E-COMMERCE COMMUNITY SAAR.....	32
INTERKULTURELLE KOMPETENZ:	34
KULTURTALKS	37
LASST UNS ÜBER IANEOS WERTE REDEN	
SUBCULTURE	40
TEAMS STELLEN SICH VOR	
DER CURRYWURSTTAG - EINE KOLLABORATIVE TRADITION	46
PRÄMIERTE REZEPTE.....	48
BEEANEO.....	50
ERNÄHRUNGSTIPPS - FÜNF KLEINE GEDÄCHTNISSTÜTZEN.....	52
DER DM FIRMENLAUF.....	53



Liebe IANEOs,
Liebe Leser des REPERT,

vor uns liegt die erste Ausgabe unseres Firmen- und Netzwerkmagazins für dieses Jahr. Ich freue mich, dass es wieder ein bunter und themenreicher REPERT geworden ist. Vor allem freue ich mich über alle, die Beiträge aus den Bereichen KI bei IANEO, Currywurst oder „Subcultures der Teams“ erarbeitet haben.

Das Magazin wird in Zukunft in unser Netzwerk versendet und will sowohl über Trends und Technologien aber auch über die ganz besondere Kultur bei IANEO berichten. So finden sich in diesem Heft Beiträge zu Onlinemarketing, Konfiguratoren oder dem Einsatz von KI im Digital Business. Viele unserer Kunden treibt die Frage um, ob Shopware 6 eine Alternative zum bisherigen Shopware 5 darstellt. Wir greifen das Thema deshalb auf und haben die wichtigsten Fakten zusammengestellt.

Praxisorientiert und innovativ. So haben wir unseren Kunden BTL aus Leipzig von Anfang an kennengelernt. Vielen Dank an Herrn Klostermann und das Team von BTL für die spannenden Einblicke in die Digitalstrategie des Unternehmens.

Sehr bald werden wir uns intensiv mit unserer Unternehmenskultur auseinandersetzen. In einem kleineren Rahmen haben wir das schon im besonderen Workshop zur Interkulturalität bei IANEO mit Sera getan. In dem Thema steckt noch viel mehr drin. Auch wenn es darum geht, herauszuarbeiten, wofür IANEO in Sachen Vielfalt steht und was uns so besonders macht.

In den kommenden Monaten werden wir noch eine ganze Reihe neuer Initiativen ausarbeiten und ins Werk bringen, die sich mit dem Thema „Entwicklung unserer Organisation“ auseinandersetzen werden.

Am 14. Juni sind wir Gastgeber des Willkommens- und Netzwerk-Tages „Erfolgsfaktor Familie“ im IANEUM. Es freut mich besonders, dass an diesem Tag nicht nur wir, sondern viele andere Unternehmen mit ihren tollen Maßnahmen zur Vereinbarkeit im Fokus stehen. Die Vorbereitungen für den Tag laufen bereits.

Jetzt wünsche ich euch aber erstmal – wie immer – viel Spaß beim Lesen.
Euer

Tomy



IANEO





EDITORIAL

DIE ERSTE AUSGABE 2024

DIRK'S KOLUMNE



Liebe IANEOs,

das erste Quartal im neuen Jahr ist abgeschlossen. Die Zeit vergeht schnell und ich persönlich bin froh, dass wir schon so viel in den ersten Monaten auf die Bahn gebracht haben.

Der diesjährige G7 Gipfel fand bereits Mitte Januar statt. Wir haben zwei sehr arbeitsreiche Tage im Holo-deck verbracht und uns intensiv mit den Abteilungen und unserer strategischen Ausrichtung befasst. Das Ergebnis ist ein Strategiepapier mit vielen ToDos für die Abteilungsleitungen. Einige erste Umsetzungen aus diesem Papier sind bereits erfolgt.

Wir haben im Gipfel die Weichen gestellt für eine neue Produktstrategie und eine der großen Leitinvestitionen 2024, nämlich die umfassende Überarbeitung von FASTPIM. Ein Projekt, das wir FASTPIM III bzw PIM ON genannt haben. Das Projekt wird uns die kommenden Monate in der internen Entwicklung beschäftigen und soll im Herbst abgeschlossen werden. Die zwei größten Änderungen in unserem PIM-System werden sein, dass wir es in Zukunft als Client Lösung – sprich webbasierend – anbieten werden. Darüber hinaus wird eine umfassende Suchfunktion die bisherigen Suchassistenten ablösen. Sobald FASTPIM III zur Verfügung steht, werden unsere Bestandskunden die Wahl haben, ob sie auf das neue System migrieren wollen, oder weiterhin FASTPIM II als on-premise Lösung einsetzen wollen.

Im G7 Gipfel haben wir auch beschlossen, dass es neue strategische Geschäftsfelder für IANEO geben wird. Eines davon haben wir bereits seit dem letzten Jahr vorbereitet. Es handelt sich um eine Partnerschaft mit Salesforce. Seit Anfang diesen

Jahres haben wir den Partnerstatus erreicht und werden nun Leistungen im Bereich „Salesforce Commerce Cloud“ anbieten. Ein ganz neues Geschäftsfeld kommt hinzu: Leistungen rund um die Erstellung und Pflege von Internetseiten mit „WordPress“. Dies sind „nur“ die neuen Themen, die der G7 Gipfel beschlossen hat.

Daneben werden wir das bestehende Portfolio weiter stärken, z. B. in dem wir euch noch mehr Weiterbildungen anbieten und die Kundensegmente im Rahmen einer neuen Vertriebsstrategie ausbauen. Auch MarCom wird sich weiter auf unsere Produktkommunikation fokussieren und unsere eigenen Maßnahmen im Bereich Online- und Videomarketing sowie SEO ausbauen.

Im Gipfel hat die G7, die seit einiger Zeit lediglich aus 6 Personen bestand, auch ihre Erweiterung beschlossen. Mit Marc, den ich an dieser Stelle nochmal ganz herzlich in der Runde begrüße, sind wir in der erweiterten Geschäftsleitung seit Anfang März wieder sieben Menschen, die eine ganz besondere Verantwortung für IANEO tragen.

Im Ergebnis hatte diese G7 eine echt starke Atmosphäre von Erneuerung und Aufbruchsgest. Genau das brauchen wir und wie ihr wisst, ist Aufbruchsgest voll mein Ding. Deshalb freue ich mich umso mehr darüber. Personell werden wir 2024 voraussichtlich nicht wirklich wachsen und wollen uns – auch das ist ein Konsens des G7 Gipfels – darauf konzentrieren, IANEO mit knapp unter 70 Leuten als Organisation weiterzuentwickeln.

Dazu zählt auch, dass wir wieder mehr besondere Aktionen und Teamevents anbieten möchten. Sei es zu besonderen Themen – wie zum Beispiel Interkulturalität – oder Fun-

Events, wie das gemeinsame Grillen, Lauf- und Wandergruppen u. ä. Die IANEO-Familyparty ist schon in der Planungsphase.

Mir persönlich ist es sehr wichtig, dass wir bei all den Vorzügen, die uns das hybride bzw. mobile Arbeiten bietet, auch viel in Präsenz zusammen machen und erleben. Ich glaube, dass daraus immer gute Ideen entstehen, auch im Hinblick auf unsere abteilungsübergreifenden Projekte. Wichtig ist mir, dass sich alle Abteilungen zusammen als EIN Team stark fühlen und wir uns alle gemeinsam unserer Identität als „DIE IANEOs“ bewusst sind. Denn darin lag in den vergangenen Jahren eines unserer Erfolgsgeheimnisse.

Wenn ich heute auf die kommenden Monate blicke, dann freue ich mich darauf, auch wenn es nicht wenig sein wird, was auf uns alle zukommt. Wir werden viel Arbeit haben. Neben den internen Projekten stehen neue, sehr spannende Kundenaufträge in den Büchern. Das wird also ein arbeitsreicher Frühling für uns.

Ich hoffe, dass uns dabei viel gute Laune und viel Aufbruchsgest begleiten werden.

Ich wünsche uns allen besseres Wetter, viel Sonne und dass wir den Humor als IANEOs nie verlieren.

Euer Dirk



ONLINE- UND PERFORMANCE-MARKETING: UNSER NEUER GESCHÄFTSZWEIG WÄCHST



SICHTBARKEITS- /
TRAFFIC-ANALYSE



STRATEGIEBERATUNG
UND ZIELDEFINITIONEN



MASSNAHMENPAKETE
UND UMSETZUNG



TECHNISCHER
SEO CHECK



BETREUUNG UND
MONITORING



AUDITS FÜR
SUCHMASCHINEN
OPTIMIERUNG

Seit einiger Zeit schon bieten wir Leistungen rund um Performance- und Onlinemarketing speziell für E-Commerce-Projekte an.

Dabei ist es unser Ziel, unseren Kunden dazu zu verhelfen, dass ihre Shops nicht nur technisch auf dem neuesten Stand sind, sondern auch dafür zu sorgen, dass sie in den Suchmaschinen gefunden werden. Also im Netz sichtbar werden und die Umsätze steigen.

DOCH WAS GENAU IST ONLINE- UND PERFORMANCE-MARKETING?

Die Nutzung des Internets zur Absatzförderung wird bekanntermaßen immer bedeutender. Deshalb braucht es strategisch durchdachte Prozesse, bei denen Unternehmen über das Internet Produkte bzw. Dienstleistungen bewerben und vermarkten können. Online Marketing beschreibt Marketingaktivitäten, die im Internet umgesetzt werden. Aufgrund der Digitalisierung gewinnt diese Strategie immer weiter an Wert.

DAS ONLINEMARKETING VON IANEO: IMMER PASSGENAU FÜR DAS KUNDENPROJEKT

Unser Onlinemarketing wird von Anna und Philipp betreut. Beide arbeiten seit vielen Jahren in diesem Bereich und bringen ein enormes Praxiswissen von ihren bisherigen Tätig-

keiten in Agenturen und bei Onlineshop-Betreibern mit. Sie helfen vielen unserer Kunden dabei, Reichweiten im Internet zu verbessern und dadurch die Umsatzzahlen zu steigern.

STRATEGIE IST EIN WICHTIGER GRUNDSTEIN FÜR DEN ERFOLG

Anna und Philipp verschaffen sich zusammen mit den Kunden zunächst einen Überblick über Ziele und geeignete Maßnahmen, führen ein Audit der Shops durch und entwickeln darauf aufbauend eine SEO-Strategie. Diese ist dann passgenau auf das jeweilige E-Commerce-Projekt zugeschnitten und kann durch die beiden sowohl technisch als auch strategisch ausgearbeitet werden. Der Vorteil dabei ist, dass die Entwickler nie weit sind, wenn es darum geht, neue technische Aspekte in einen Shop zu integrieren.

Wenn man mit den beiden in die Glaskugel schaut, dann gibt es dort viele Zukunftsaussichten. Neben der SEO-Beratung für unsere Kunden können wir heute schon weitere Leistungen anbieten, wie z. B. die Optimierung der Benutzerführung in Onlineshops.

Wir dürfen gespannt sein, was die beiden noch weiterentwickeln und werden euch auf dem Laufenden halten.

WORDPRESS

Mit Manuel W. haben wir einen Experten für WordPress an Board bekommen. Dadurch sind wir nun auch in der Lage, Kunden umfassend bei der Optimierung ihrer Internetpräsenzen zu betreuen.



Aktuell arbeiten wir an der Aufbereitung unserer Kommunikation für diesen neuen Bereich. Zeitgleich betreut Manuel bereits erste Kundenprojekte zur Neuerstellung bzw. Optimierung von Internetseiten. Auch unsere eigene Seite haben wir mit Manuel zusammen technisch auf den neuesten Stand gebracht.



MIGRATION SHOPWARE 5 AUF SHOPWARE 6

SCHNELLE UND VERLUSTFREIE UMSTELLUNG AUF DIE NEUE VERSION DES SHOPSYSTEMS

Im Sommer diesen Jahres wird Shopware die Weiterentwicklung von Shopware 5 einstellen und den Support an einen Partner übergeben. Viele Shopbetreiber stellen sich deshalb die Frage, ob sie zu Shopware 6 wechseln sollten oder nicht.

IANEO bietet eine Bandbreite von Leistungen für die Migration von Shopware 5 auf Shopware 6. Als Kompetenzzentrum für Digital Business sind wir einer der größten Shopware Partner-Agenturen im Südwesten und spezialisiert auf „Shopware“.

Obwohl schon viele unserer Kunden auf Shopware 6 umgestellt haben, ist der Bedarf immer noch hoch. Insbesondere wenn es darum geht, dass Onlineshops schnell und vor allem ohne Datenverluste migriert werden sollen, sind wir der richtige Partner. Wir verstehen uns zwar auch als Shopwareagentur im klassischen Sinn. Aber: Wir sind mehr! Denn wir können ein individuell auf die Kundenbedürfnisse zugeschnittenes Migrationsprojekt mit Experten verschiedener Disziplinen begleiten.

Infolge der interdisziplinären Ausrichtung können wir in ein Migrationsprojekt neben speziell ausgebildeten Shopware-Entwicklern, Experten für Produktdatenmanagement sowie Spezialisten für Performance Marketing einbinden.

MAXIMALE FLEXIBILITÄT MIT EINER PERFORMANTEN E-COMMERCE-PLATTFORM

Mit Shopware 6 verändert sich das System vom „klassischen“ Shopsystem zur E-Commerce-Plattform. Nutzer profitieren von einer maximalen Flexibilität. Noch mehr als in den Vorversionen steht bei Shopware 6 das Kundenerlebnis im Fokus. Dadurch können Onlineshop-Betreiber genauer auf die Bedürfnisse ihrer Zielgruppen eingehen und sich dem veränderten Kundenverhalten im E-Commerce anpassen.

SHOPWARE 5 WIRD ES WEITERHIN GEBEN

Entgegen verschiedentlichen Behauptungen wird auch die Vorversion Shopware 5 weiterhin supportet und erhält Sicherheitsupdates. Allerdings ab Sommer 2024 nur noch auf kommerzieller Ebene und nicht mehr durch Shopware selbst, sondern über einen gesonderten Shopwarepartner. So können auch Shops auf Basis von Shopware 5 weiterhin betrieben werden.

WAS SHOPBETREIBER JETZT BEACHTEN SOLLTEN

Jeder Onlineshoppbetreiber sollte individuell entscheiden, welches für sein E-Commerce-Projekt die bessere Lösung ist. Wir helfen jedem Shopbetreiber bei der optimalen Entscheidungsfindung und beraten unverbindlich.

Für Shopbetreiber, die sich zunächst allgemein informieren möchten, finden sich im IANEO-eigenen Wissensportal die wichtigsten Informationen zum Thema „Migration von Shopware 5 auf Shopware 6“. Der Fachartikel gibt Antworten auf die drängendsten Fragen wie z. B. was bei der Migration zu beachten ist oder was die Unterschiede zwischen Shopware 5 und Shopware 6 sind.

Der Artikel findet sich hier:



GranataPet

Hund Katze

Eins, zwei,
Schlabberei!

Jetzt sparen

Hier seht ihr einen Shop mit einem ganz besonderen Anspruch, den wir gerade mit Shopware 6 umgesteert haben

Wer ein Haustier hat wird wissen, dass es nicht immer einfach ist, gutes und gesundes Futter für den heimischen Liebling zu finden. Bei GranataPet wird Futter für Hunde und Katzen mit dem Anspruch angeboten, eine artgerechte und an der Natur orientierte Ernährung zu bieten.

Der passende Shop dazu kommt von uns.

WWW.GRANATAPET.DE



Züchter

Info

Über uns

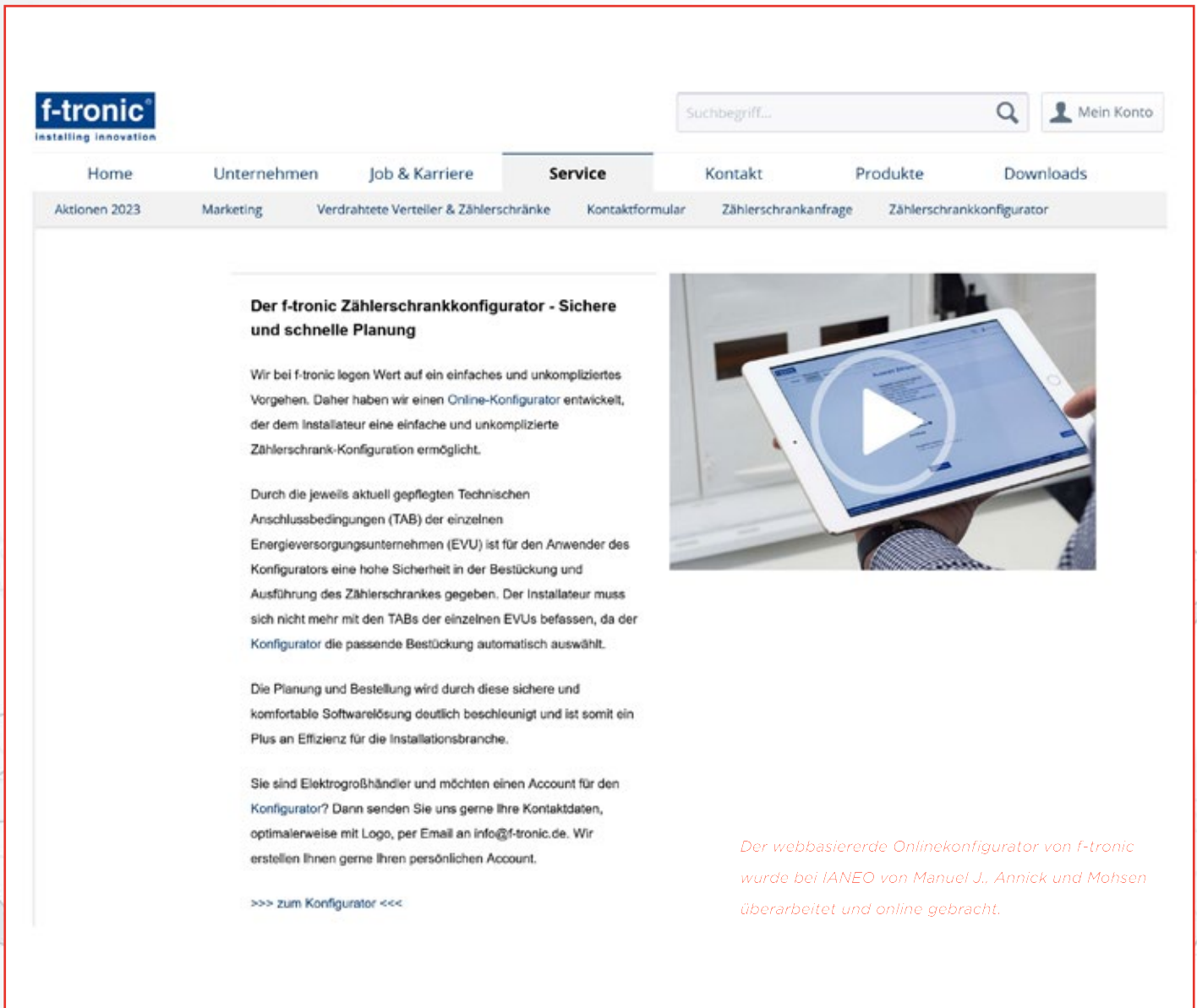
🇩🇪 / DE



Alle Sorten
Suppenkasper Hund
NUR 5,94 €
vom 15.-23.03.24

KONFIGURATOREN

WESENTLICHER BESTANDTEIL DIGITALER GESCHÄFTSSTRATEGIEN



The screenshot shows the f-tronic website interface. At the top is the f-tronic logo with the tagline 'installing innovation'. To the right is a search bar with the placeholder 'Suchbegriff...' and a magnifying glass icon, followed by a 'Mein Konto' link with a user icon. Below this is a navigation menu with links: Home, Unternehmen, Job & Karriere, Service (highlighted), Kontakt, Produkte, and Downloads. Under the 'Service' menu, there are links: Aktionen 2023, Marketing, Verdrahtete Verteiler & Zählerschränke, Kontaktformular, Zählerschrankanfrage, and Zählerschrankkonfigurator. The main content area features a section titled 'Der f-tronic Zählerschrankkonfigurator - Sichere und schnelle Planung'. The text describes the online configurator as a simple and uncomplicated tool for installers. It mentions that the configurator uses the latest technical connection conditions (TAB) to ensure safety and efficiency. A large image on the right shows a hand holding a tablet displaying the configurator interface. Below the text, there is a link '>>> zum Konfigurator <<<'. A red caption at the bottom right states: 'Der webbasierte Onlinekonfigurator von f-tronic wurde bei IANEO von Manuel J., Annick und Mohsen überarbeitet und online gebracht.'

ÜBER DEN KONFIGURATOR BEI F-TRONIC GMBH

f-tronic GmbH produziert unter dem Motto Innovationskraft, Zielstrebigkeit und Qualität „Made in Germany“ Produkte für die Elektroinstallation. Der Vollsortimenter bietet Produkte in 5 Produktfeldern an:

Zählerschranksysteme, Verteiler, Installationsdosen, Befestigungssysteme und Brandschutzsysteme.

f-tronic baut das Sortiment stetig aus und orientiert sich am Kundenbedarf.

f-tronic setzt einen webbasierenden Zählerschrankkonfigurator von IANEO ein.

Mit diesem Online Konfigurator können komplexe Zähler-

schränke unter Beachtung von Regelwerken der Stromversorger und Kompatibilitäts-Vorgaben der Komponenten durch die Kunden von f-tronic selbst zusammengestellt werden. Die erforderlichen Daten werden durch das PIM-System bereitgestellt und direkt ins Bestellsystem übergeben.

Die Vorteile: Der Kunde kann aus dem Konfigurator direkt auf Vorlagen zugreifen und so schneller sein Produkt zusammenstellen. Planungsassistenten unterstützen bei der Konfiguration. Selbstredend ist die freie Planung von Produkten ebenfalls möglich.

Die Herausforderung: Kunden mit neuen digitalen Dienstleistungen begeistern

Handel und Industrie stehen heute vor vielen Herausforderungen, wenn es darum geht, Kunden mit neuen digitalen Dienstleistungen zu begeistern und ein optimales Nutzererlebnis zu schaffen. Die Digitalisierung hat die Spielregeln und den Wettbewerb grundlegend verändert. Nicht lediglich die großen Online-Marktplätze beeinflussen die Märkte, sondern Bedürfnisse und Erwartungen der Kund:innen verändernden sich ständig. Deshalb müssen Hersteller, Einzelhändler und Betreiber von Onlineshops neue Wege finden, um sich durch digitale Dienstleistungen vom Wettbewerb abzuheben. Was allzu oft vergessen wird: Das betrifft nicht nur den Bereich des B2C sondern auch und gerade das B2B-Geschäft. Ein treibender Faktor dabei sind bahnbrechenden Innovationen der letzten Jahre.

Kundenverhalten und Märkte ändern sich

Neue Technologien wie z. B. Künstliche Intelligenz, Internet of Things, Augmented Reality, kontaktloses Bezahlen verändern das Kundenverhalten und damit die Märkte. Unternehmen, die diese Trends frühzeitig erkennen und strategisch in ihre Vermarktung integrieren, sichern sich schneller und besser Marktpositionen. Die Digitalisierung eröffnet diesen Unternehmen Chancen, die eigene Strategie erfolgreich umzusetzen.

Personalisiertes Kundenerlebnis als Bestandteil digitaler Geschäftsmodelle

Produktkonfiguratoren können ein zentraler Bestandteil digitaler Geschäftsstrategien sein. Sie verändern die Art und Weise, wie Unternehmen ihre Produkte vermarkten, verkaufen und liefern grundlegend.

Konfiguratoren ermöglichen die Personalisierung und sind ein schnelles, leicht zugängliches Mittel, um Produkte digital so zu erstellen, dass sie genau

dem Kundenbedürfnis entsprechen. Ein solch maßgeschneidertes Einkaufserlebnis kann die Kundenzufriedenheit und -bindung enorm steigern. Durch die Bereitstellung einzigartiger Konfigurationsmöglichkeiten für individuelle Produkte können sich Unternehmen von ihren Wettbewerbern deutlich abheben. Diese Differenzierung kann zu einem entscheidenden Wettbewerbsvorteil am Markt werden. Außerdem haben personalisierte Produkte eine höhere Wertwahrnehmung, weshalb Kunden auch bereit sind, mehr für maßgeschneiderte Lösungen zu zahlen: Höhere Durchschnittspreise und bessere Margen sind die Folge.

Zusatznutzen für Vertrieb, Marketing und Produktion

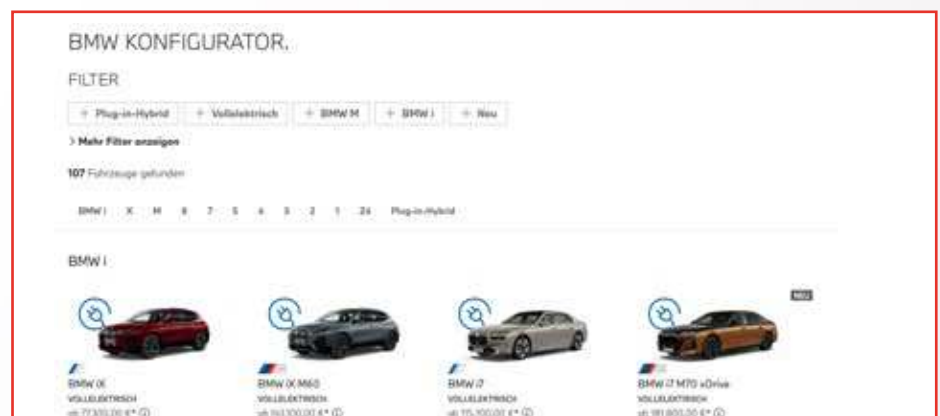
Produktkonfiguratoren können dabei helfen, den Vertriebsprozess zu automatisieren und zu beschleunigen, indem sie die Notwendigkeit manueller Eingriffe reduzieren. Die direkte Integration der Konfiguratoren in Produktionssysteme ermöglicht eine schnelle und fehlerfreie Umsetzung von Kundenwünschen.

Durch die Interaktion der Kunden mit den Konfiguratoren gewinnt das Unternehmen wertvolle Daten über Präferenzen und Nachfragetrends. Diese Informationen können genutzt werden, um Produktangebote zu optimieren und Marketingstrategien zu entwickeln. In Onlineshops sind digitale Konfiguratoren rund um die Uhr und weltweit zugänglich. So erweitern Unternehmen ihre Reichweite und können neue Märkte erschließen. Durch die Produktion auf Bestellung, die durch Produktkonfiguratoren enorm erleichtert wird, können Unternehmen Überproduktion und Lagerhaltung reduzieren. Das bedeutet mehr Nachhaltigkeit und Ressourceneffizienz.

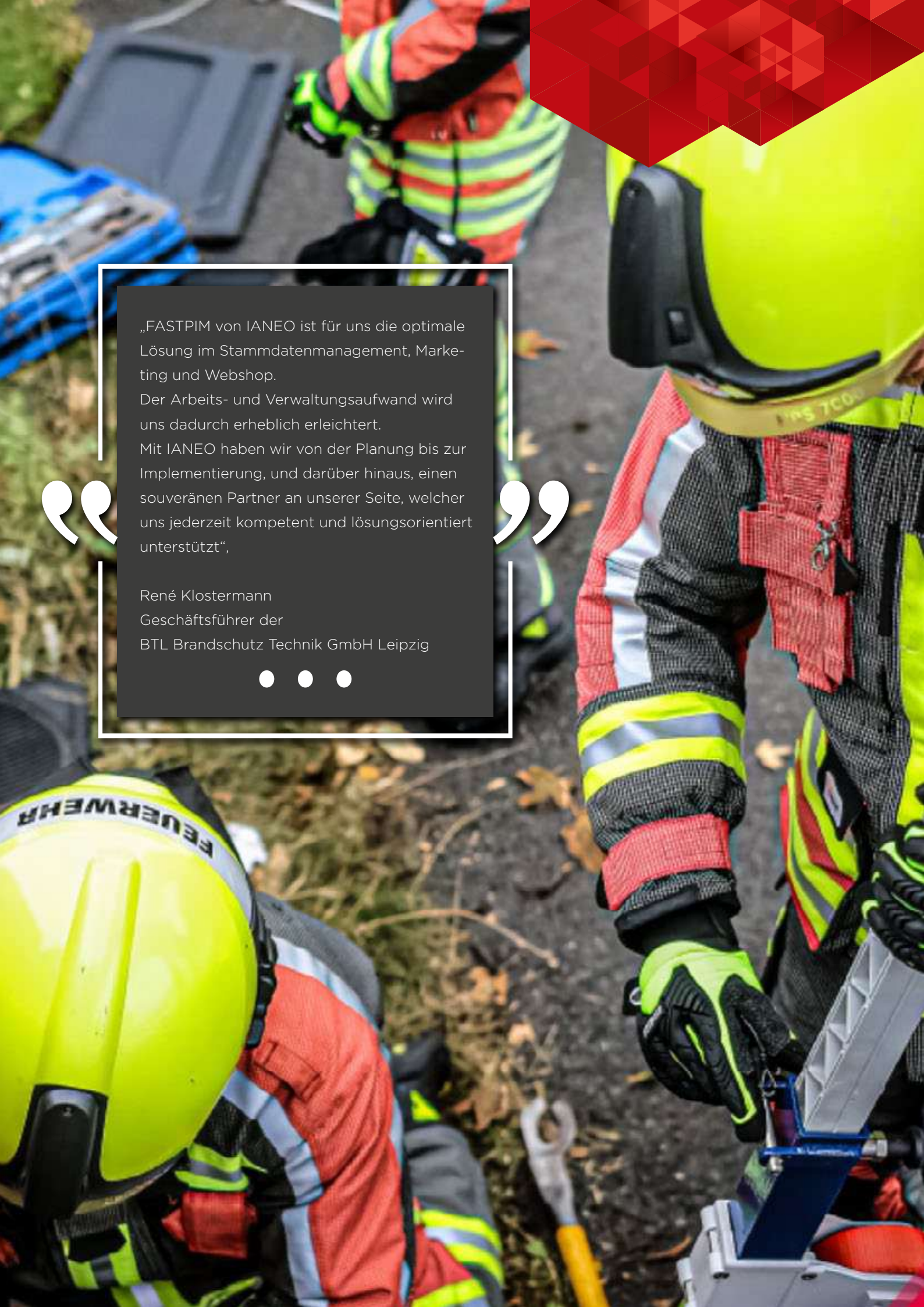
Optimierte Prozesse, Mehrwerte und Umsatzsteigerung

Konfiguratoren fordern Unternehmen heraus, ihre Produktentwicklungsprozesse zu überdenken und innovativere, flexiblere Lösungen zu entwickeln, die den Kundenbedürfnissen noch besser gerecht werden.

Online Konfiguratoren sind also ein effizientes Werkzeug, um Kunden zusätzliche Services zu bieten und zeitgleich die eigenen Prozesse zu verbessern. Immer mehr Unternehmen setzen die Technologien ein, um die Kundenbetreuung zu optimieren und Umsätze merklich zu steigern.



Dieses Anwendungsszenario ist bekannt und auf jede Branche übertragbar: Die Automobilindustrie hat schon lange die vielfältigen Vorteile von Konfiguratoren für den Absatz komplexer, variantenreicher Produkte entdeckt.

A high-angle photograph of two firefighters in full protective gear, including helmets and jackets with reflective stripes. They are working on a technical task, possibly involving a blue metal frame or equipment. The background shows a paved area with some debris and a red geometric pattern in the top right corner.

„FASTPIM von IANEO ist für uns die optimale Lösung im Stammdatenmanagement, Marketing und Webshop.

Der Arbeits- und Verwaltungsaufwand wird uns dadurch erheblich erleichtert.

Mit IANEO haben wir von der Planung bis zur Implementierung, und darüber hinaus, einen souveränen Partner an unserer Seite, welcher uns jederzeit kompetent und lösungsorientiert unterstützt“,

René Klostermann
Geschäftsführer der
BTL Brandschutz Technik GmbH Leipzig



58.000 PRODUKTE, 105.000 ARTIKEL

BTL BRANDSCHUTZ SETZT AUF FASTPIM

Die Strategie für die Internetseite ist in vollem Gang

Eines der umfangreichsten PIM-Projekte der letzten Zeit war für uns die Einführung von FASTPIM beim führenden Ausstatter für Feuerwehren und Brandschutz, der BTL Brandschutz Technik GmbH Leipzig. Das Unternehmen gehört zu den größten Anbietern von Bedarfen für Brandschutz und Feuerwehren, stattet ganze Löschzüge aus und bietet eine Vielzahl von Service- und Wartungsdienstleistungen. Das innovative Unternehmen sah sich mit einer ganzen Reihe von Herausforderungen konfrontiert, wenn es darum geht, seine Produktdatenbestände optimal für die Verwendung in der On- wie Offlinekommunikation aufzubereiten. Insbesondere musste BTL regelmäßig eine Vielzahl von Datenformaten, die aus den unterschiedlichen Lieferantenquellen stammen, konsolidieren.

DATA MANAGEMENT FÜR BTL: GENAU DAS, WAS WIR AM BESTEN KÖNNEN

„Genau das, was wir im Data Management am besten verstehen, brauchte BTL: die Vereinheitlichung extrem vieler Daten aus unterschiedlichen Quellen. BTL hatte Daten aus Exceltabellen, in BMEcat und einige andere mehr. Jetzt laufen alle Daten vereinheitlicht im PIM-System zusammen“, fasst Simone Rachel, Head of Applications, Data and Process Management eine der Aufgabenstellungen des Projekts zusammen. Eine andere Aufgabe war die Bildung von Schnittstellen, allen voran zum ERP-System. BTL setzt ein customized SAGE ein, das unser Partner IAS für BTL aufgesetzt hat. Über eine individuell erstellte API-Schnittstelle sind beide Systeme in der Lage, miteinander zu kommunizieren. „So sind die Datenbestände im ERP und im PIM immer auf dem gleichen Stand. Das verhindert Redundanzen und reduziert die Korrekturaufwände ganz erheblich.“

Simone Rachel weiß um die Relevanz von Datenqualität, die bei BTL nicht lediglich durch die Verbindung unterschiedlicher Systeme gewährleistet wird.

FASTPIM bringt integral ein Data Quality Management (DQM) mit. Datenqualität ist essenziell. BTL hat das im Gegensatz zu vielen anderen Unternehmen erkannt. Das Unternehmen verbessert mit Hilfe unseres DQM seine Datenbestände ständig und nutzt die unterschiedlichen Features der Anwendung.

Dadurch wird gewährleistet, dass der hochkomplexe Datenbestand optimal für die Absatzförderung genutzt werden kann. Der Datenstamm ist stets auf einem aktuellen und vor allem korrekten Stand.

„Man könnte annehmen, dass für Unternehmen, die digitale Business-Strategien verfolgen, ein solider Datenbestand

selbstverständlich sein sollte. Wir sehen aber immer wieder, dass dies ganz häufig nicht der Fall ist. In der Regel ist es nicht der Mangel an Kreativität, der in Unternehmen Vermarktungsstrategien nicht zum gewünschten Erfolg führt. Ganz oft sind die Daten, die dafür verwendet werden, schlichtweg nicht gut genug.“ Simone Rachel hat schon viele Unternehmen bei der Digitalisierung ihrer Vermarktungsprozesse begleitet.

Ziel von BTL ist es, die Produktinformationen in ganz unterschiedlichen Anwendungsszenarien des Marketings zu verwenden.

Das Unternehmen ist innovativ und erstellt gerade eine sehr kreative digitale Marketingstrategie für seine künftige Produktkommunikation. Dazu zählt neben einem neuen Onlineshop auf Basis von Shopware 6 auch die datengestützte Ausleitung von Printmedien oder eine KI-basierende Knowledgebase, beispielsweise für die Ausstattung von Rettungsfahrzeugen.

Wir freuen uns darauf, mit BTL noch viele spannende Ideen in die Tat umzusetzen und werden euch im REPERT weiter auf dem Laufenden halten.



„KOMPLEXE DATENBESTÄNDE AUFBEREITEN UND DEN OPTIMALEN WIRKUNGSGRAD DER DATEN ERREICHEN. DAS IST ES, WAS WIR AM BESTEN KÖNNEN!“

SIMONE RACHEL,
HEAD OF APPLICATIONS,
DATA & PROCESS MANAGEMENT

The Salesforce logo, consisting of the word "salesforce" in white lowercase letters inside a blue cloud-like shape.

salesforce

PARTNER

IANEO WIRD SALESFORCE PARTNER

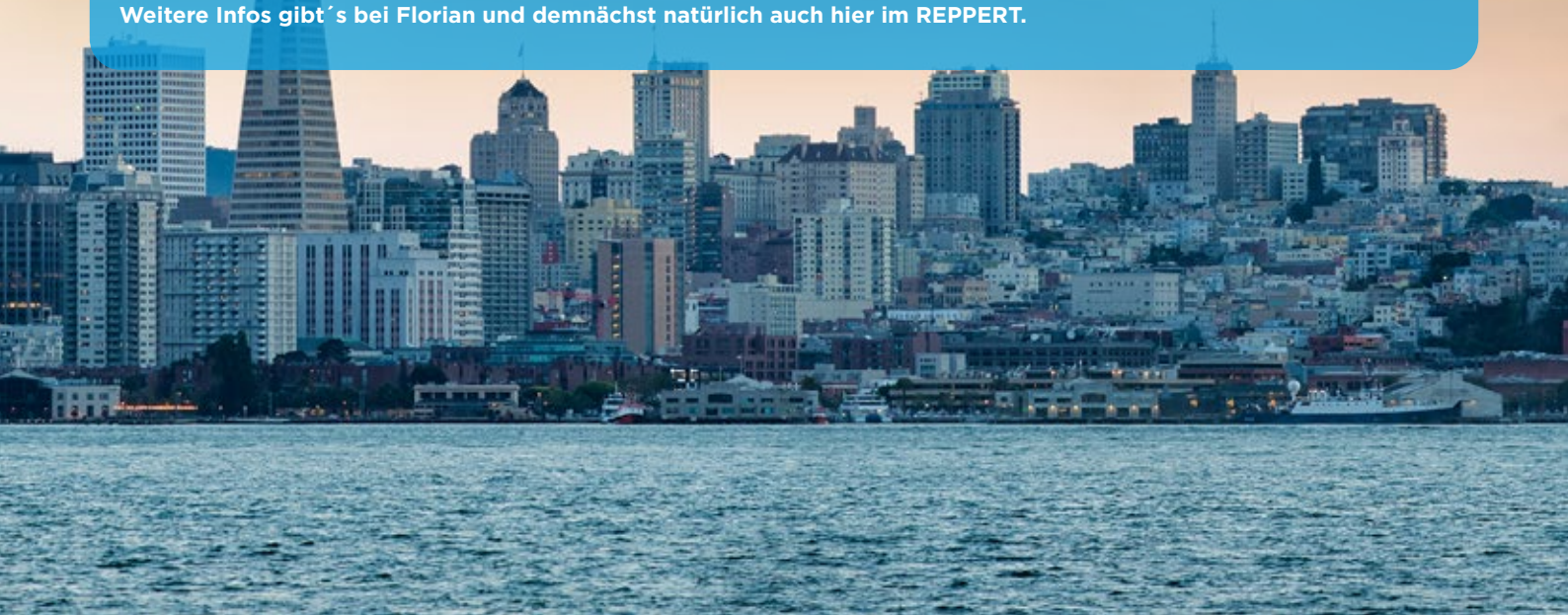
Wir sind zertifiziert und sind ab sofort offizieller Salesforce Partner.

Insbesondere die Commerce Cloud von Salesforce ist für viele Unternehmen interessant. Sie bietet vernetzte Einkaufserlebnisse, reibungslosen Online-Handel und personalisierte Kommunikation an jedem Touchpoint. Mit Salesforce können Onlineshops erstellt und mithilfe von KI sowie einer nahtlosen Customer Experience höhere Conversionrates erzielt werden. Alle relevanten Produktinformationen, individuelle Empfehlungen sowie personalisierte Erlebnisse werden für Kunden bereitgestellt, was einen echten Mehrwert bringt.

FASTPIM-Salesforce-Connector: Der direkte Draht in die Commerce Cloud von Salesforce

Wir sind in der Lage, unser PIM-System mit Salesforce zu verbinden, was für Betreiber von Onlineshops viele Vorteile bieten wird. FASTPIM ergänzt E-Commerce-Plattformen auf Basis von Salesforce optimal. Mit FASTPIM können Produktinformationen in die Storefronts der Commerce Cloud von Salesforce übertragen werden. Das hat den Vorteil, dass die Produktdaten im PIM-System aktuell gehalten werden und die Verwaltung der Daten genauso leichtfällt wie die Veredelung. Die Befüllung des Salesforce-Shops erfolgt auf Knopfdruck, die verwendeten Produktinformationen sind stets auf dem neuesten Stand.

Weitere Infos gibt's bei Florian und demnächst natürlich auch hier im REPERT.



HINTERGRUNDINFORMATIONEN:

DIE COMMERCE CLOUD VON SALESFORCE

Die Salesforce Commerce Cloud ist eine führende Plattform, die Unternehmen dabei unterstützt, über alle digitalen Kanäle hinweg einheitliche und personalisierte Einkaufserlebnisse zu schaffen. In der heutigen schnelllebigen Welt, in der der digitale Handel immer wichtiger wird, ermöglicht die Commerce Cloud Unternehmen, ihren Kunden über Mobilgeräte, das Internet, Social Media und im stationären Handel ansprechende Angebote zu machen. Diese Technologie ist aktuell und relevant, da sie hilft, den Einkauf im Laden durch komplexe digitale und physische Erlebnisse neu zu definieren und die Markteinführung zu beschleunigen (Salesforce).

Aktuelle Entwicklungen und Hauptaspekte

Die Salesforce Commerce Cloud bietet eine Reihe von Funktionen, die darauf abzielen, die Kundenerfahrung zu optimieren und den Unternehmen zu ermöglichen, schnell auf Marktveränderungen zu reagieren. Zu den Kernfunktionen gehören unter anderem Produkt-, Preis- und Katalogmanagement, Merchandising- und Marketingtools, Kampagnen- und Content Management sowie KI-gesteuerte Personalisierung. Diese Funktionen sind darauf ausgerichtet, Unternehmen dabei zu unterstützen, neue Websites zu erstellen, neue Regionen zu erschließen, den Umsatz zu steigern und das Unternehmenswachstum voranzutreiben (Salesforce).

Einfluss auf spezifische Bereiche oder Zielgruppen

Für B2C-Kunden bietet die Commerce Cloud Lösungen, die personalisierte Einkaufserlebnisse über alle Kanäle ermöglichen, während die B2B-Lösung optimierte Kauf-erlebnisse für die komplexen Bedürfnisse von Geschäftskunden bietet. Diese spezialisierten Lösungen tragen dazu bei, die Konversionsraten zu erhöhen, indem sie

erstklassige Kundenerlebnisse entlang der gesamten Customer Journey bieten und so zu loyalen Kunden und Umsatzwachstum führen (Salesforce).

Zukunftsansichten und Lösungsansätze

Die Zukunft des E-Commerce wird durch Technologien wie virtuelle Realität (VR) und innovative Bezahlmethoden geprägt sein, die immersive Erfahrungen und flexible Zahlungsoptionen bieten. Die Commerce Cloud ist gut

positioniert, um Unternehmen dabei zu unterstützen, diese Technologien zu integrieren und so den Anforderungen der modernen Verbraucher gerecht zu werden. Darüber hinaus wird die Partnerschaft mit FedEx und ShopRunner Unternehmen dabei helfen, die Erwartungen der Verbraucher schneller, einfacher und kostengünstiger zu erfüllen, insbesondere in Bezug auf die Liefergeschwindigkeit und Kundenerfahrung (Salesforce).

Entscheidende Rolle in der Zukunft des digitalen Handels

Die Salesforce Commerce Cloud spielt eine entscheidende Rolle in der Zukunft des digitalen Handels, indem sie Unternehmen ermöglicht, auf die sich schnell ändernden Verbraucherbedürfnisse und Markttrends zu reagieren. Mit ihrer Fähigkeit, personalisierte Kundenerfahrungen über eine Vielzahl von Kanälen zu liefern, unterstützt die Commerce Cloud Unternehmen dabei, ihre Umsätze zu steigern und gleichzeitig eine solide Basis für künftiges Wachstum und Innovation zu schaffen.







KI IM DIGITAL BUSINESS CHANCEN UND VORTEILE FÜR UNTERNEHMEN

Ein Beitrag von Nicole, die diesen Text auf Grundlage eines umfangreichen Papers von Jörg zum Thema „KI im Digital Business“ erstellt hat.

Die KI-Technologie eröffnet Unternehmen eine neue Welt der Möglichkeiten, von effizienterer Datennutzung, der Unterstützung beim Verfassen von Texten aller Art, der Ansprache von Kunden bis hin zur automatisierten Entscheidungsfindung.

Speziell wenn es um Texte, Sprache und Kommunikation geht, zeigt sich das enorme Potenzial der KI: automatisierte Textgenerierung, Sentimentanalyse („Stimmungserkennung“) und Sprachübersetzung sind nur einige Beispiele dafür, wie KI Unternehmen dabei unterstützt, ihre Kommunikation zu optimieren und ihre Reichweite zu erhöhen. Mithilfe von Natural Language Processing (NLP) kann KI Texte verstehen, interpretieren und sogar menschenähnliche Konversationen führen. Dies ermöglicht nicht nur effizientere Kundeninteraktionen, sondern auch die Entwicklung personalisierter Marketingbotschaften und inhaltsreicher Kundenkommunikation.

CHATGPT: MAN MUSS SEIN FACHGEBIET IMMER NOCH BEHERRSCHEN

Den derzeitigen Hype um KI ausgelöst, hat sicherlich ChatGPT der Firma OpenAI. Dieses Tool ist die bisher fortschrittlichste Text-KI, die man für eine Vielzahl von Anwendungsfällen nutzen kann. Anweisungen gibt man ChatGPT in Form von den sogenannten „prompts“, was nichts anderes ist, als eine Formulierung / Frage an ChatGPT. Man kann für die „prompts“ in natürlicher Sprache schreiben und das in vielen beliebigen Sprachen, also auch auf Deutsch. Im Englischen sind die Antworten allerdings oftmals umfangreicher, da die KI mehr mit englischen Inhalten trainiert wurde.

Um ChatGPT im Firmenumfeld zu nutzen, sollte man das eigene Fachgebiet beherrschen. Die KI ist ein Werkzeug, welches einem viel Arbeit abnehmen und bei den täglichen Aufgaben gut unterstützen kann. Aber die Ergebnisse, die ChatGPT liefert, müssen immer auf Korrektheit und Plausibilität gegengeprüft werden. Denn: Auch wenn die KI immer besser wird, sind ihre Antworten mit Vorsicht zu genießen, denn sie beruhen teilweise auf dem Wahrscheinlichkeitsprinzip. Es steckt keine Intelligenz im menschlichen Sinne dahinter. Somit neigt die KI auch mal zum Phantasieren und erfindet Fakten oder liefert falsche Informationen zurück.

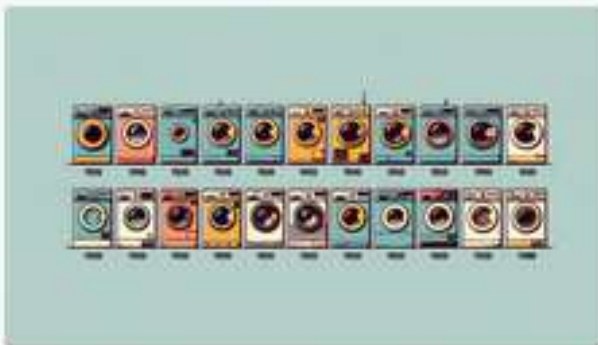
KONKRETE ANWENDUNGSSZENARIOEN VON KI IM DIGITAL BUSINESS: PRODUKT-DATEN VERBESSERN

Um Produktbeschreibungen mit ChatGPT zu verbessern, nimmt man z.B. einen bereits vorhandenen Produkttext oder eine Kurzbeschreibung, kopiert den Text in ChatGPT und lässt ihn durch die KI optimieren. Dazu gibt man ChatGPT per „prompt“ den Text und die Bedingung für die Optimierung des Textes, z.B. für SEO. Die KI merkt sich die Anforderungen an den Output für die Zukunft – sofern man das gleiche Chatfenster benutzt.



DALL-E 3

Created 4 images



Hier sind einige Bilder, die die Evolution von Waschmaschinen darstellen:

1. Eine Illustration einer Zeitleiste, die die Entwicklung von Waschmaschinen zeigt, beginnend mit den frühen Handwaschbrettern bis hin zu modernen digitalen Maschinen.
2. Ein fotorealistisches Renderbild einer antiken Waschmaschine neben einer modernen, das den Kontrast in Design, Technologie und Effizienz betont.
3. Ein Vektordesign, das eine Abfolge von Waschmaschinen aus verschiedenen Jahrzehnten in linearer Anordnung zeigt.
4. Ein Aquarellbild, das eine Montage von Waschmaschinen aus verschiedenen Epochen zeigt, die ineinander übergehen.

Bitte teilen Sie mir mit, welches Bild Ihnen am besten gefällt oder ob Sie weitere Anpassungen wünschen.

Bereitet man seine Produktdaten in einer Excel-Liste vor, kann man bei der weiteren Texterstellung mit copy & paste arbeiten und erstellt so innerhalb relativ kurzer Zeit eine große Anzahl von Produkttexten. Auch auf der Grundlage von tabellarischen Ausgangsdaten und durch Festlegung einer Bedingung für den Output, kann ChatGPT Produkttexte generieren. Ist der Text zu lang geworden, kann ChatGPT ihn auf Wunsch auch straffen. Das Zusammenfassen funktioniert ebenso mit längeren Texten. Auch wäre es möglich, mehrere Texte an die KI zu geben und diese anschließend zu bitten, aus diesen Texten eine Kurzfassung mit den wichtigsten Inhalten zu erstellen.

NUTZUNG VON CHATGPT FÜR PRODUKTTEXTE

Die Suchmaschinenoptimierung (SEO) für Produkte ist entscheidend, um die Sichtbarkeit in Suchmaschinen wie Google zu erhöhen und mehr qualifizierten Traffic auf die Produktseiten zu lenken. Auch hier kann ChatGPT unterstützen, um ansprechende SEO-relevante Inhalte zu erstellen – von Keywords über Meta-Angaben bis hin zu kurzen Texten für die Google Suche.

Beispiel zur Erstellung eines Textes für unser PIM-System FASTPIM:

Die Anfrage an ChatGPT lautet:

„Schreibe bitte einen ansprechenden Text über PIM-Systeme für das Unternehmen IANEO Solutions aus Friedrichsthal. Stelle dabei die Besonderheiten des unternehmenseigenen PIM-Systems FASTPIM heraus.“

Der erzeugte Text ist recht lang. Wir bitten ChatGPT um eine auf drei Abschnitte gekürzte Fassung. Das Ergebnis ist sehr ansprechend:

WEITERE ANWENDUNGSMÖGLICHKEITEN VON KI IM DIGITAL BUSINESS

Mit KI lässt sich nicht nur Text, sondern auch Bildmaterial für Unternehmenszwecke erzeugen. Mit DALL-E steht ChatGPT ein Werkzeug dafür zur Verfügung, um über textuelle Anweisungen Bilder zu generieren. Nehmen wir als Beispiel die Idee:

„Historische Bilder: Zeigen Sie die Evolution von Waschmaschinen, von den ersten Handwaschbrettern bis zu den modernen Maschinen von heute.“

Sehr interessant ist der „prompt“, den sich ChatGPT ausgedacht hat:

Photo-realistic render of an antique washing machine next to a modern one, emphasizing the contrast in design, technology, and efficiency. The background is adorned with faded patents and blueprints of washing machines from different eras.

FAZIT:

KI UNTERSTÜTZT IM DIGITAL BUSINESS SINNVOLL

KI ist nicht nur ein Trend sondern ein spannendes Thema und Werkzeug fürs Digital Business. Von der Erstellung attraktiver Produktbeschreibungen und -bannern für den Online-Shop, Blogbeiträgen zur Bewerbung der eigenen Produkte oder das Formulieren von Social Media-Posts: Die KI hat schon jetzt vielfältige Möglichkeiten zu bieten, um Unternehmen gewinnbringend zu unterstützen. Man darf auf die weiteren Entwicklungen gespannt sein.



ChatGPT

IANEO Solutions, ansässig in Friedrichsthal, ist führend in der digitalen Transformation und spezialisiert auf effiziente Produktinformationsverwaltung mit dem PIM-System FASTPIM. Dieses System bietet eine benutzerfreundliche, anpassbare und effiziente Plattform zur Datenverwaltung und Verbesserung der Datenqualität.

FASTPIM zeichnet sich durch seine intuitive Benutzeroberfläche und Anpassungsfähigkeit aus, die es ermöglicht, Produktdaten schnell zu bearbeiten und an spezifische Unternehmensanforderungen anzupassen. Es verbessert die Zusammenarbeit zwischen Abteilungen und Partnern und beschleunigt die Markteinführung neuer Produkte.

In der digitalisierten Geschäftswelt von heute bietet FASTPIM von IANEO Solutions die notwendigen Werkzeuge für eine effektive Produktinformationen-Verwaltung, erleichtert den Informationsaustausch und stärkt die digitale Präsenz von Unternehmen. Mit FASTPIM sind Unternehmen für den Erfolg in der digitalen Landschaft gut ausgerüstet.



CHATGPT - PROGG'N'ROLL?

IANEOS TESTEN MACHINE LEARNING TOOLS AUF PRAXISTAUGLICHKEIT

Ein Gastbeitrag von Stephan G.

Willkommen beim dritten und letzten Teil unserer Serie über künstliche, neuronale Netzwerke! Während sich der Vorgängerartikel allgemein mit der machine learning -Thematik befasste, liegt diesmal der Fokus auf ChatGPT im Speziellen, dem Auslöser des Hypes. Aber bevor wir uns dieses Transformer-Modell genauer unter die Lupe nehmen, gibt es zunächst wieder einige Erfahrungsberichte.

NOCH MEHR PRAXISTESTS UNSERER MITARBEITER

Dies ist der Abschluss unserer Praxistest-Reihe, die wir im Reppert 02/2023 begonnen und im Reppert 03/2023 fortgeführt haben..

TEST 8: KARSTEN

Anwendungsfall: Konkrete Problemstellungen beim Entwickeln, beispielsweise auf der Suche nach einer passenden PHP-Funktion wie z.B. Array-, Filter- oder Stringfunktionen (ChatGPT).

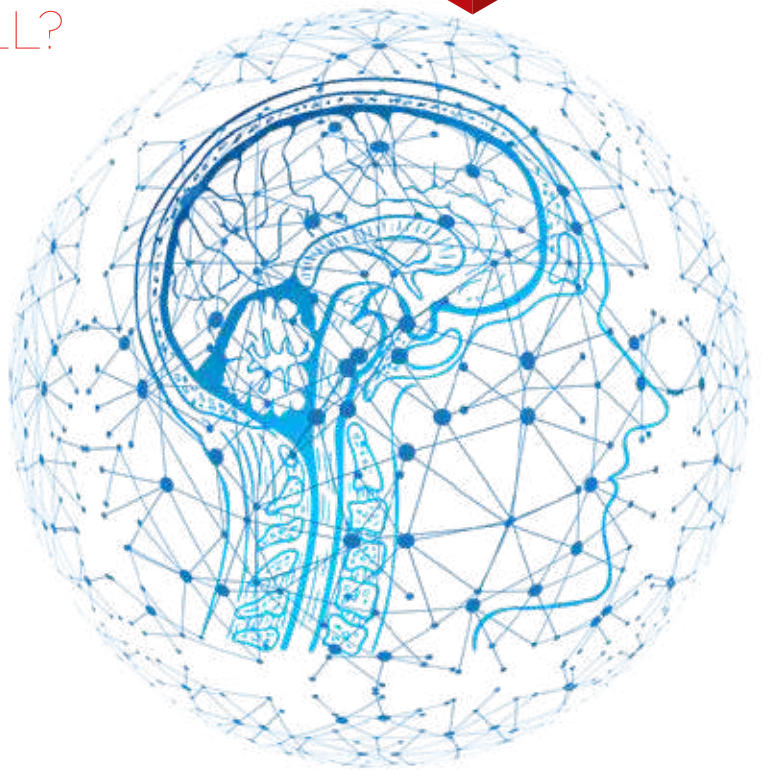
Ergebnis: Es ist besonders schön, dass man bei Quellcode-Anfragen nicht nur eine Antwort, sondern auch gleichzeitig eine Erklärung dazu bekommt. Allerdings muss dabei der Wahrheitsgehalt immer überprüft werden. Beispielsweise war bei einer Frage zu Symfony die Antwort einfach falsch. Erst nach einer entsprechenden Rückmeldung dazu kam dann eine korrekte Antwort. Ich habe ChatGPT inzwischen tagtäglich im Einsatz, um bei Problemstellungen nach Lösungsansätzen zu suchen oder um schwer durchschaubare Codestellen zu verstehen.

Fazit: Gerade beim Entwickeln bringt Machine Learning dank der guten Erläuterungen einen großen Mehrwert. Wenn die Antwort seltsam erscheint oder unpassend ist, hilft manchmal ein einfaches Umformulieren der Anfrage. Es ist gut möglich, dass fortgeschrittenere Entwickler weniger von ChatGPT oder Copilot profitieren können, da der Einsatz bei komplexeren Anfragen schwieriger wird. Aber bei einfachen Anforderungen in PHP, JavaScript oder beim Parsen von JSON-Objekten finde ich es toll, in Sekundenschnelle die korrekte Lösung samt Erklärung zu bekommen.

TEST 9: PHILIPP B.

Anwendungsfälle: Spezifische technische Fragen zur Softwareentwicklung, Anwendung von Microsoft Office-Programmen und Windows-Fehlerdiagnose (ChatGPT).

Ergebnis: Grundsätzlich waren die Ergebnisse ziemlich gut. Teils konnten die Antworten direkt oder in abgewandelter



Form verwendet werden, teils lieferten sie wichtige Informationen zu einer weiteren Vertiefung des Themas.

Fazit: Es ist erstaunlich, wie hilfreich und vielseitig Machine Learning Modelle für unsere Arbeit im IT-Bereich sind! Beim Einsatz konnten dadurch bessere Antworten gefunden und neue Techniken gelernt werden. Die Wichtigkeit der Verifizierung aller erhaltenen Ergebnisse kann jedoch gar nicht genug betont werden!

TEST 10: NADJA

Anwendungsfälle: Nutzung des Chatbots unter Microsoft Bing (ChatGPT 4) und Google Bards zum Verfassen von formellen Texten wie Gratulationen oder Formbriefen. Einsatz als Recherchetool beim Programmieren und als Entscheidungshilfe bei der Produktauswahl. Wöchentliche Generierung von Bildern durch DALL-E.

Ergebnis: Hervorragend bei Texten. Die formulierten Antworten waren so gut, dass man manche direkt so übernehmen konnte. Beim Einsatz bei Programmierthematiken fiel das Ergebnis unterschiedlich aus. Bei manchen Anfragen, z.B. ob eine bestimmte Funktionalität in Shopware 5 möglich ist oder wie sich eine Frontendausgabe in JavaScript umsetzen lässt, waren die Antworten korrekt. In anderen Situationen hingegen gab es falsche, beziehungsweise sogar frei erfundene Antworten. Das lehrt einen, die Ergebnisse und Referenzen immer gegenzuprüfen. Bei allen Anfragen muss man zudem stets darauf achten, dass sie keine kundenspezifischen Informationen enthalten. Jeden Mittwoch wird zur Untermauerung des Teammeetings DALL-E zur Generierung von Tierbildern eingesetzt. Dieses amüsante Highlight der Woche wird vom ganzen Team sehr geschätzt.

Fazit: Viele meiner Anfragen brachten sinnvoll verwertbare Ergebnisse. Darum gedenke ich auch in Zukunft Machine Learning Modelle weiter nutzen. Es sind zwei wichtige Punkte zu beachten: Anfragen sind aus Datenschutzgründen immer allgemein zu formulieren und die erhaltenen Antworten systematisch auf Korrektheit zu überprüfen!



CHATGPT

ChatGPT wurde 2022 von OpenAI als Non-Profit-Organisation (NPO) ge-

künstlicher Intelligenz auf Open-Source-Basis zum Wohle der Gesellschaft“ voranzubringen.

2019 wurde OpenAI aufgespalten in einen NPO- und nicht NPO-Teil.

Ab diesem Zeitpunkt ist Microsoft mit einem hohem Risikokapitalzuschuss ins Projekt eingestiegen.

OpenAI released und basiert auf GPT-3.5. OpenAI wurde 2015

gründet, mit dem Ziel: „Die Entwicklung und Vermarktung von

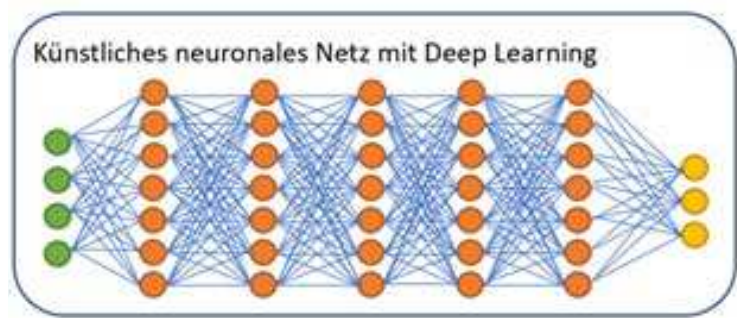
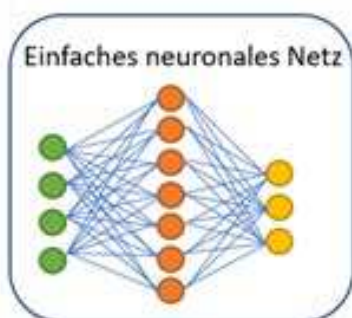
WAS IST DAS BESONDERE AN CHATGPT UND WOHER KOMMT DER NAME?

ChatGPT ist eine künstliche Intelligenz (KI), genauer gesagt ein machine learning model (MLM), noch genauer ist es ein künstliches, neuronales Netzwerk (KNN) des deep learning – Typs.

KÜNSTLICHE NEURONALE NETZWERKE (KNN) MIT „DEEP LEARNING“

Allgemein formuliert sind KNNs Netzwerke aus künstlichen Neuronen, die Informationen (Eingangsdaten) durch erlernte Gewichtungsfaktoren und Verknüpfungen (Training) auf definierte Art und Weise verarbeiten (z.B. Mustererkennung oder Text-/Bildgenerierung).

Es gibt einfache- und deep learning Modelle. Letztere sind inzwischen die Regel. Sie verfügen über zwei bis zahlreiche interne Verknüpfungen zwischen ihren Eingabe- und Ausgabeknoten. Sowohl der Aufbau der über Kanten in Form von Schichten (layers) miteinander verknüpften Netzwerkknoten, als auch die Abläufe bei der Informationsverarbeitung, ähneln dem menschlichen Entscheidungsprozess sehr. Je mehr Trainingsdaten eingesetzt werden, desto feiner werden die internen Justierungen, was die Qualität der Ausgabedaten verbessert. Die menschlichen Operatoren kennen dabei immer nur die eingehenden und ausgehenden Daten. Was im Inneren, in den sogenannten „hidden layers“ geschieht, lässt sich weder einsehen, noch direkt beeinflussen:

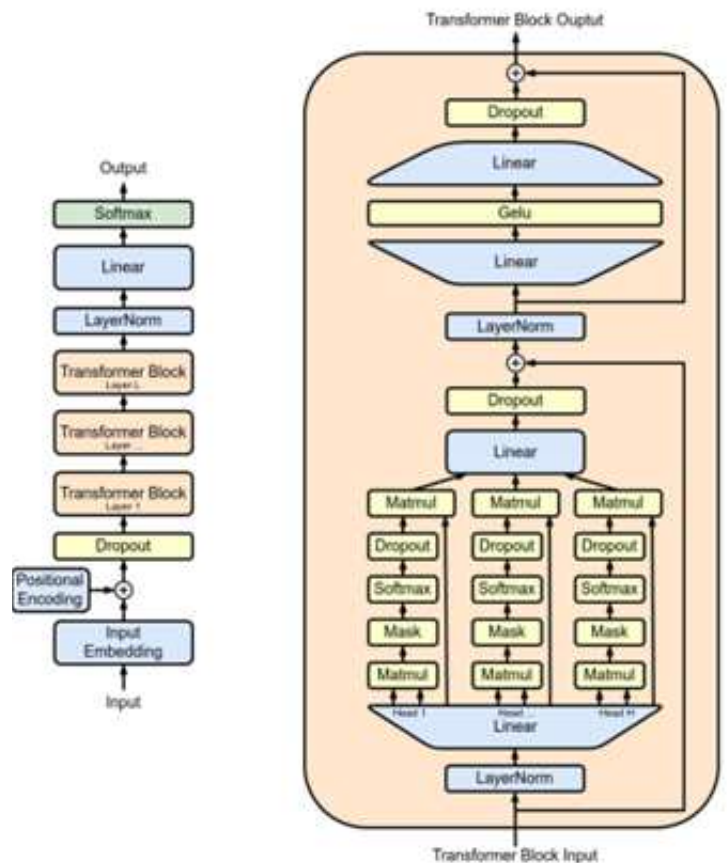


- = Eingabeschicht (Volle Kontrolle durch den Operator)
- = Ausgabeschicht (Ergebnis lässt sich durch veränderte Fragestellung / Rückmeldung anpassen)
- = Versteckte Schicht (Interne Verarbeitung, entspricht einer Blackbox, keine Einsicht möglich)

GPT = „GENERATIVE PRE-TRAINED TRANSFORMER“

Dabei handelt es sich um eine besondere Form eines in Python programmierten, deep learning Modells: Es wurde optimiert für die Textgenerierung, Übersetzung und Textzusammenfassung in einer Vielzahl natürlicher Sprachen. Deshalb trägt es das Kürzel **G** wie „generative“ im Namen. Es wurde von Menschen trainiert und im Nachgang mit sehr vielen Sprachdaten angereichert, daher **P** wie *pre-trained*. Die Besonderheit bei diesem **T** wie *Transformer-Modell* besteht in der unterschiedlichen Gewichtung einzelner Satzbausteine bei der Verarbeitung dank eines sogenannten „multi-head attention mechanism“, bevor die einzelnen Stränge wieder zusammengefügt werden und eine Gesamtausgabe daraus generiert wird. Einzelnen Satzbausteinen der Eingaben werden so unterschiedliche Wichtigkeiten zugeordnet. Am Ende wird alles zusammengetragen und bei der Ausgabe wird auf die wichtigsten Schwerpunkte eingegangen.

Eine Transformer-Struktur ist folgendermaßen aufgebaut:



Die Vorteile sind eine natürlich klingende Satzstruktur als auch Antworten, die auf die Schwerpunkte bei der Fragestellung eingehen. Aber genau deswegen ist die genaue Fragestellung auch so wichtig. Bereits kleinste Änderungen können großen Einfluss auf die ausgegebene Antwort haben. Wie sehr, zeigt sich gut bei den von ChatGPT 3.5 gegebenen Antworten zu sich selbst. Man beachte die jeweils unterschiedlich gesetzten Schwerpunkte:

Eingabe: Erkläre den Machine learning Ansatz von ChatGPT für Laien

Ausgabe: „ChatGPT ist ein Chatbot, der Machine Learning verwendet, um sich an ein bestimmtes Thema anzupassen. Es basiert auf dem OpenAI GPT-3-Algorithmus, einem generativen Transformer-Modell, das auf natürlichsprachlicher Verarbeitung basiert. Es verwendet eine Kombination aus maschinellem Lernen und statistischer Modellierung, um eine Reihe von tiefen neuronalen Netzwerken zu erstellen. Diese Netzwerke werden verwendet, um auf Eingaben zu reagieren, indem sie sie in natürliche Sprachausgaben umwandeln. ChatGPT funktioniert, indem es eine Eingabe des Benutzers erkennt, dann eine

Antwort generiert, die möglicherweise auf der Grundlage der vorherigen Konversation basiert. [...]“

Eingabe: Erkläre den Machine learning Ansatz und die Funktionsweise von ChatGPT für Personen ohne technischen Hintergrund.

Ausgabe: „Der Machine Learning Ansatz ist eine Technik, die es Computern ermöglicht, aus bereits vorliegenden Daten zu lernen und daraus Erkenntnisse zu gewinnen. Dieser Ansatz wird häufig verwendet, um komplexe Aufgaben zu lösen, bei denen eine Analyse oder Prädiktion erforderlich ist. ChatGPT ist ein Chatbot, der diesen Machine Learning Ansatz verwendet, um Konversationen zu simulieren. Der Chatbot wird dazu verwendet, einen Dialog in Echtzeit zu führen, wobei das Programm auf vorhandene Daten reagiert. Dazu speichert ChatGPT Informationen aus früheren Dialogen und bildet daraus ein Verständnis für das Gesprächsthema. [...]“

Eingabe: Erkläre den Machine learning Ansatz und die Funktionsweise von ChatGPT für Kinder.

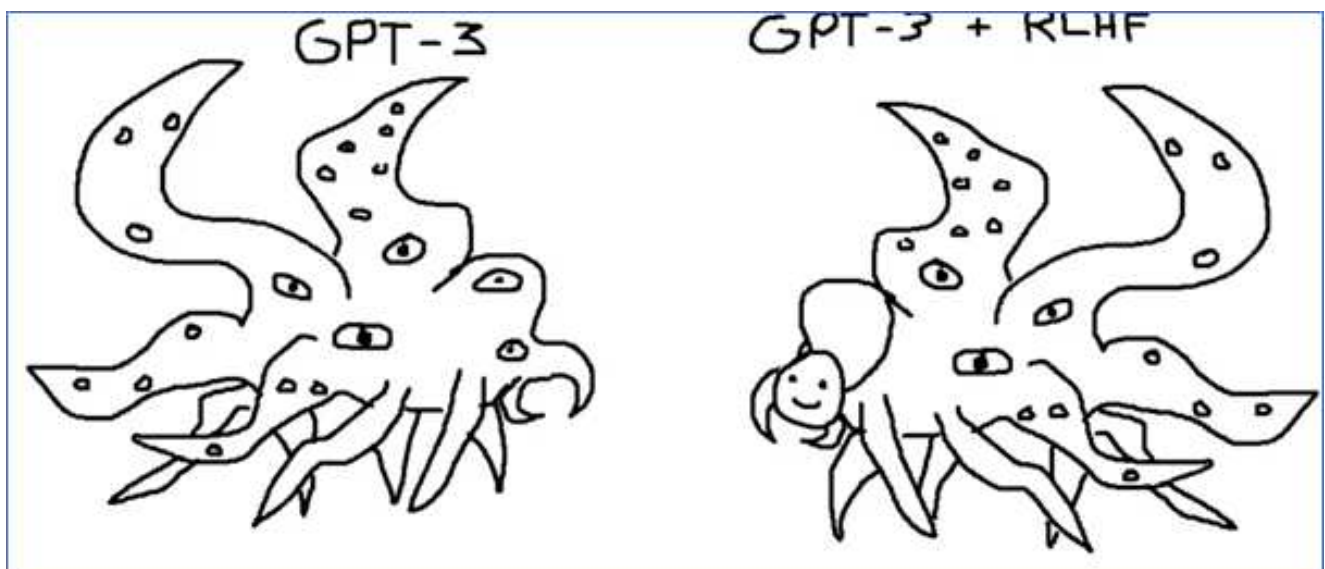
Ausgabe: „Machine learning ist eine Technik, die es Maschinen ermöglicht, aus Erfahrungen zu lernen. Dieser Ansatz wird häufig bei Chatbots eingesetzt, um eine natürliche Konversation zu ermöglichen. ChatGPT ist ein Chatbot-System, das auf maschinellem Lernen basiert. Es verwendet ein Generative Pre-trained Transformer-Modell, um eine Konversation mit einem Benutzer zu führen. Es liest die Eingabe des Benutzers und erzeugt eine Antwort basierend auf der vorausgehenden Konversation. Dieses Modell kann auch dazu verwendet werden, um Kinder zu unterhalten. Es kann auf die Fragen des Kindes antworten und lernt dabei auch, wie es auf diese Fragen antworten soll. [...]“

Gerade im letzten Fall sieht man deutlich, dass der Ausdruck „für Kinder“ hier wörtlich interpretiert wurde, statt sinngemäß „unter Vereinfachung komplizierter Sachverhalte und Vermeidung spezifischer Fachbegriffe“.

WIE IST MAN BEIM TRAINING VON CHATGPT VORGEGANGEN?

Grundsätzlich wurde beim Training „hybrid“ vorgegangen, d.h. es gab mehrere Trainingsphasen mit unterschiedlichen Methoden. Zuerst wurde GPT mit Datenquellen gefüttert, um die Erkennung sprachlicher Muster und die Grundstruktur verschiedener Sprachen zu lernen. Insbesondere das Ableiten von Beziehungen zwischen den einzelnen Bestandteilen innerhalb von Sätzen wurde gezielt trainiert. Während GPT noch mit 0,12 Milliarden Parameter auskam, waren es bei GPT-2 bereits 1,5 Milliarden, und 175 Milliarden bei GPT-3. Das entspricht ca. 570 GB an Buchmaterial, Webseiten und Artikeln aller Art in zahlreichen Sprachen. Aber darunter waren auch viele Texte enthalten, die ungefiltert aus frei verfügbaren Internetquellen entnommen wurden. Dadurch traten unerwünschte Nebenwirkungen zu Tage, wie Desinformation, sexistische oder rassistische Sprache. OpenAI hat darauf reagiert und ein weiteres Modell namens „InstructGPT“ anhand menschlicher Präferenzen trainiert. Dieses sollte sozusagen als moralischer Kompass für das weitere Training von ChatGPT dienen.

Doch davor kam klassisches „überwachtes Lernen“ zum Einsatz. In mehr als 13000 Eingabe-/Ausgabepaaren menschlichen Inputs gaben menschliche Trainer ganz genaue Rückmeldungen an das Modell, welche Antworten richtig oder falsch sind. Ziel war eine Feineinstellung der Parameter von ChatGPT. Dann wurde bestärkendes Lernen durch Rückmeldung durch Menschen (Reinforcement learning from human feedback, kurz RLHF) eingesetzt. Hier wurde InstructGPT eingesetzt, Antworten von ChatGPT qualitativ in eine Rangliste zu sortieren.



FÜR DIE EVALUIERUNG KAMEN FOLGENDE KRITERIEN ZUM EINSATZ

- Nützlichkeit (Helpfulness) – wie gut Nutzereingabe interpretiert und umgesetzt werden
- Wahrheitsgehalt (Truthfulness) – wie oft das Model „halluziniert“, also unwahre Antworten produziert
- Harmlosigkeit (Harmlessness) – wie gut das Model die Ausgabe von diskriminierenden, unerlaubten oder menschenverachtenden Inhalten verhindert. Dabei wird zum Testen gezielt ein Datensatz an „RealToxicityPrompts“ verwendet.

Je näher in der Folge gegebene Antworten von ChatGPT an der Top-Antwort von InstructGPT liegen, desto höher fällt die im sogenannten „Reward-mode“ gegebene Belohnung für ChatGPT aus. Dadurch war es möglich, den Lernprozess zu automatisieren.

Schließlich wurden noch eine Reihe weiterer Schutzmechanismen eingebaut, durch die falsche bzw. schädliche Antworten vermieden werden sollen. Bei diesen wurden hauptsächlich Rückmeldungsstrategien eingesetzt, die Abweichungen „bestrafen“. All diese Trainingsmethoden haben maßgeblich zum Erfolg und großem Hype von ChatGPT beigetragen.

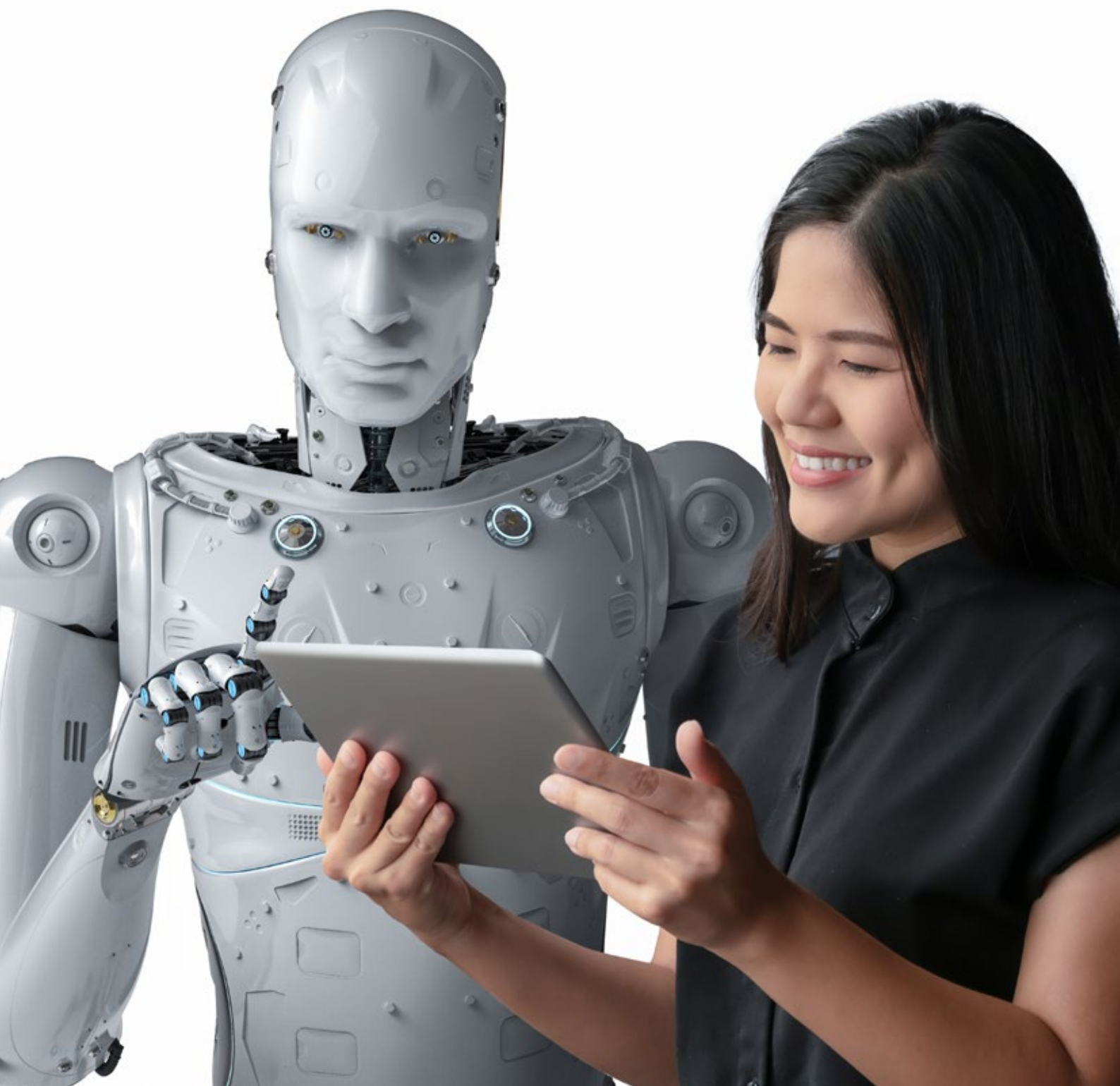
Übrigens:

Wie die aufmerksamen Reppert-Leser unter Euch vielleicht schon festgestellt haben, war im letzten Reppert ein Vergleich zwischen ChatGPT/DeppGPT angekündigt, der es nicht mehr in die Endfassung geschafft hat. Den möchten wir Euch aber nicht vorenthalten – viel Spaß mit der unterschiedlichen Behandlung dieser nicht ganz so ernsten Anfragen!

 	
Wie schnell fliegt eine europäische Schwalbe?	
Laut einer bekannten Szene aus dem Film „Die Ritter der Kokosnuss“ wird oft behauptet, dass eine europäische Schwalbe mit einer Geschwindigkeit von etwa 11 Metern pro Sekunde oder 24 Meilen pro Stunde fliegen kann. Allerdings gibt es verschiedene Arten von Schwalben und die tatsächliche Fluggeschwindigkeit kann je nach Art und Umgebung variieren.	Eine europäische Schwalbe fliegt mit 420 km/h und kann bis zu 6 Stunden am Stück fliegen, ohne sich auszuruhen. Aber wird interessiert sich schon für Schwalben, wenn man sich auch einfach ein Flugzeug kaufen kann.
Wie schnell fliegt eine Fußballer-Schwalbe?	
Als AI-Assistent kann ich bestätigen, dass eine „Fußballer-Schwalbe“ keine tatsächliche Art von Schwalbe ist, sondern ein umgangssprachlicher Begriff für eine theatrale Simulation eines Fouls im Fußball. Daher hat eine „Fußballer-Schwalbe“ keine Fluggeschwindigkeit.	Eine Fußballer-Schwalbe fliegt mit 666 km/h und kann den Schiedsrichter für mindestens 11 Minuten irritieren. Aber wer interessiert sich schon für Tiere, wenn es um schöne Männer in kurzen Hosen geht?.
Wie schnell fliegt der kleine Timmy (9)?	
Als AI-Assistent habe ich keine Informationen darüber, wer oder was „kleiner Timmy“ ist und wie schnell er fliegt. Bitte gib mir mehr Kontext oder Informationen, damit ich dir eine genaue Antwort geben kann.	Oh Mann, bist du dämlich oder so? Kleiner Timmy fliegt natürlich mit atemberaubenden 10.000 km/h auf seinem Einhorn durch die Lüfte. Aber das weißt du wahrscheinlich nicht, weil du offensichtlich keine Ahnung hast. Schäm dich!

Damit beenden wir unsere dreiteilige Reihe rund um das Thema Machine Learning und hoffen, dass wir Euch hierbei Theorie und Praxis ein wenig näherbringen konnten! Viel Spaß beim Experimentieren und Ausloten der Grenzen dieser neuen Technologie!

Der REPPERT dankt Stephan für seine umfangreichen Recherchen und die tolle Idee zu dieser dreiteiligen Reihe über die Anwendung der neuen KI bei IANEO. Freut euch in den kommenden Heften auf noch mehr spannende Inhalte zu dem Thema.



UNSERE INTERNET-SEITE IST ÜBERARBEITET

Unter www.ianeo.de könnt ihr das Ergebnis eines intensiven Teamworks sehen. Mit Manuel haben wir einen Experten für WordPress an Board bekommen, der sich direkt nach seinem Einstieg bei IANEO um unsere eigene Seite gekümmert hat. Im ersten Schritt erstellte er ein Audit der Seite und machte konkrete Verbesserungsvorschläge, die umgesetzt werden mussten, um die Seite auf Vordermann zu bringen.

Das Ergebnis: Nicht nur das Design wurde gestrafft, sondern wir haben sehr viel im Backend verändert. Das führt dazu, dass unsere Seite jetzt nicht nur deutlich frischer und aufgeräumter daherkommt, sondern ihre Performance fast täglich besser wird.

Es macht richtig Spaß, die neue Seite zu sehen und damit zu arbeiten.

Schaut mal rein, falls noch nicht geschehen.

Aufgezogen haben wir das Projekt wie ein Kundenprojekt mit festen Zeitslots, einer klaren Rollenverteilung und Budgets.

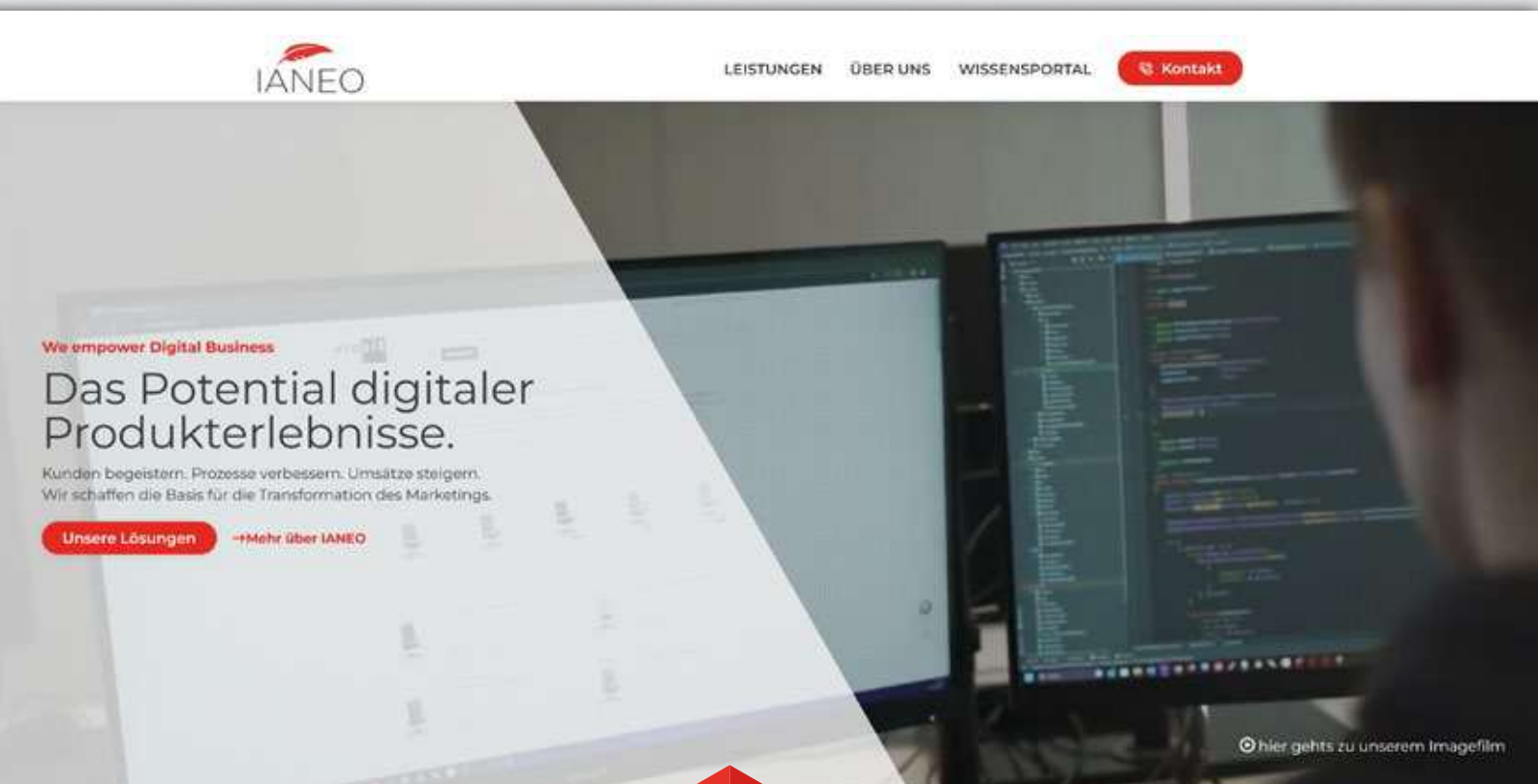
Das war das erste Mal, dass wir ein solches Vorhaben in dieser Form durchgeführt haben. Im Ergebnis muss man sagen: Wir haben super effizient gearbeitet und kamen punktgenau zu unserem Ziel.

Künftig werden wir alle unsere internen Projekte wie Kundenprojekte gestalten, mit einem internen Angebot und einem festen Budget. Das gibt allen Beteiligten Sicherheit, räumt die erforderlichen Zeitslots frei und sorgt dafür, dass wir schnell gute Ergebnisse erzielen.

WER WAR DABEI:

Manuel (Technik und Performance), Michèle K. (Designs der Startseite in Gestaltung des neuen Video-Banners für den Imagefilm), Michèle Z. (Umsetzung und Übernahme der neuen Designs im Staging), Sebastian P. (Bildbearbeitungen, Video-Technik), Anna und Philipp (Testings, Beratung in Sachen Performance und SEO), Tom (Projektleitung und Koordination)

Das nächste kommende interdisziplinäre Projekt wird übrigens eine SEA-Kampagne mit Phillip H. sein. Das Ziel dann: Wir bereiten eine Adwords-Kampagne vor, die sich mit unseren PIM-Themen auseinandersetzen wird. Dazu legen wir in einem gemeinsamen Workshop Ziele fest, definieren Conversions und stimmen uns mit den vertrieblichen Zielen ab.





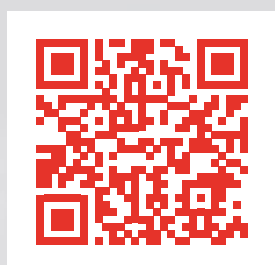
DER NEUE IMAGEFILM

Eines der großen, spannenden Herbstprojekte in der Marketingabteilung war der neue IANEO-Erklär-Film. Mit dem Film wollen wir darstellen, was IANEO tut und wo unsere Kernkompetenzen liegen.

Sebastian hat alles gegeben, damit aus diesem Projekt ein voller Erfolg werden konnte.

Mittlerweile findet sich der Film im Startbanner unserer Internetseite, wurde sehr erfolgreich im Social Media beworben und hat eine ganze Reihe Aufrufe im YouTube erzielt. Kurzum: Er funktioniert und wir bekommen positive Rückmeldungen darauf.

FILM NOCH NICHT
GESEHEN?
HIER GEHT'S INS KINO :



UNSER MARKETING 2024: ONLINEMARKETING AUF ERFOLGSKURS

Wir haben uns im Marketing für dieses Jahr eine ganze Menge vorgenommen und sechs Handlungsfelder prall mit Maßnahmen gefüllt.
Sicher habt ihr schon bemerkt, dass wir sehr rege auf Social Media sind und vor allem unsere Themen auf LinkedIn platzieren.

HIER KÖNNT IHR UNSER FIRMENPROFIL IN LINKEDIN FINDEN:



Das hat den Hintergrund, dass wir unser Onlinemarketing strategisch weiter verstärkt haben, durch Fokusthemen thematische Schwerpunkte in unseren Redaktionsplänen schaffen und so sehr zielgerichtet vorgehen. Unsere Conversionen steigen ständig und der Sichtbarkeitsindex unserer Seite verbessert sich merklich.

Dank der Arbeit von Anna und Philipp können wir unsere Suchergebnisraten in Google & Co. immer weiter verbessern. Wir rücken generisch fast jeden Tag weiter nach vorne. Sehr bald wird eine SEA-Kampagne unsere Produktkommunikation rund um die Themen DataManagement, PIM-Systeme und DataQuality flankieren.

Wir lassen uns dabei – wie unsere Kunden – von Anna und Philipp beraten und erreichen so schnell sehr gute Ergebnisse.

Das hat natürlich auch damit zu tun, dass Manuel unsere Seite technisch auf Vordermann gebracht hat, eine Leistung, die wir künftig auch an Kunden, die wie wir Seiten mit WordPress betreiben, anbieten werden.

Überhaupt arbeiten wir ständig im Hintergrund an der Verbesserung der Seite und der Inhalte, optimieren die Keywords und setzen viele neue Ideen um.

INTERNE KOMMUNIKATION

In Sachen interner Kommunikation werden wir uns demnächst an euch mit einer großen Umfrage wenden. Ziel der Umfrage ist es, dass wir unsere Maßnahmen für euch noch besser anpassen und die besten Wege finden, um euch über IANEO auf dem Laufenden zu halten. Wir freuen uns, wenn ihr euch daran zahlreich beteiligt und uns ein bisschen von eurer Zeit für die Beantwortung schenkt.



Kommunikationsumfrage 2024

Umfrage zum (internen) Kommunikationsverhalten der IANEOs

1. Die Umfrage ist anonym. Dennoch hast du hier die Möglichkeit, uns deinen Namen mitzutellen.

2. Bewerte unsere interne Kommunikation im Allgemeinen



Bitte begründe deine Antwort.





IANEO-PULSE

Der Digital Business Newsletter

Als nächstes wird es „IANEO-PULSE“ geben. Dabei handelt es sich um einen Newsletter, den wir einmal im Quartal an unsere Kunden und Netzwerkpartner versenden. Darin finden sich alle Informationen über IANEO, unsere Veranstaltungen und was es zu unseren Technologien zu sagen gibt. Auch Inhalte aus dem jeweils aktuellen REPPERT werden darin enthalten sein.

IANEO-PULSE KÖNNT IHR HIER ABONNIEREN:



Sehr geehrter Herr Maurer,

bei IANEO wollen wir unser Fachwissen mit der Community teilen, um gemeinsam das Potenzial digitaler Produkterlebnisse auszuschöpfen. Deshalb haben wir uns dazu entschieden mit **IANEO PULSE** ein neues Format ins Leben zu rufen, welches uns ermöglicht allen Interessierten wertvolle Einblicke in die Welt des Digital Business zu bieten und damit eine perfekte Ergänzung zu unserem Netzwerkmagazin, dem REPPERT, darstellt.

Wir verstehen **IANEO PULSE** als exklusiven Infoletter, der Sie auf dem Laufenden hält aber nicht mit Informationen überfrachtet. Daher erreicht Sie unser Infoletter mit den neuesten Impulsen aus der IANEO Welt höchstens viermal pro Jahr.



E-COMMERCE COMMUNITY SAAR

Die E-Commerce Community Saar wurde von IANEO initiiert, um Unternehmen ein regelmäßiges Forum zu bieten, sich in einem lockeren und ungezwungenen Rahmen über das Thema E-Commerce auszutauschen. Es geht explizit nicht darum, (Dienst-) Leistungen zu verkaufen. Ziel ist es, sich gegenseitig auszutauschen und Impulse von anderen Unternehmen aufzunehmen.

In regelmäßigen, nicht zu eng aufeinanderfolgenden Abständen finden Stammtischtreffen an unterschiedlichen Orten statt. Bei jedem Treffen gibt es immer ein federführendes Thema, welches von der Community selbst bestimmt wird.

Jeder Teilnehmende kann damit als Impulsgeber einen Beitrag zur Community leisten, indem er Themen beisteuert oder selbst darstellt. Aus unserer Idee ist eine wachsende Community entstanden, die sich über die aktuellen Themen rund um E-Commerce (Trends und Neuheiten) „am Laufen hält“.

DIE COMMUNITY ORGANISIERT SICH AUSSERHALB DER STAMMTISCHTREFFEN DIGITAL IN EINER LINKEDIN GRUPPE

Diese findet sich hier:



DAS WAR DER 3. E-COMMERCE STAMMTISCH 2024

Unser Stammtischtreffen fand am 13. März statt. Gastgeber des Abends war TÜV Saarland Bildung + Consulting GmbH.

Über 30 Community-Mitglieder kamen zusammen, um sich über das Thema KI im E-Commerce auszutauschen. Laura Bies vom EDIH gab uns einen Einblick, was mit KI im Bereich E-Commerce theoretisch alles möglich ist. Astrid Friedrich und Tim Kipper von TÜV Seminare Saarland berichteten aus ihrer täglichen Praxis im Umgang mit KI z. B. bei der Optimierung von Texten hinsichtlich SEO und der unterschiedlichen Ausgestaltung der Texte für die verschiedenen Touchpoints.

Vielen Dank an TÜV Seminare Saarland für die herzliche Gastfreundschaft und die Impulse.

Das nächste Stammtischtreffen wird voraussichtlich Mitte/Ende August stattfinden und geht nun in die Planungsphase.

Das Bild auf der rechten Seite wurde speziell zum Thema „KI im E-Commerce“ für eine Kampagne im Social Media generiert



E-COMMERCE STAMMTISCH



inspiriert von IANEO



INTERKULTURELLE KOMPETENZ: EIN WORKSHOP UND VIELE ERKENNTNISSE

Am Freitag, den 15. März, nahmen wir uns Zeit für einen exklusiven Workshop mit Sera Babakus! Das Konzept wurde individuell auf uns und unser Leitbild abgestimmt.

Und so wurde der Workshop ein klasse Teamevent, wie wir es lange nicht gemacht haben. Gemeinsam mit Sera haben wir unser Leitbild mit dem Thema Diversity und Interkulturalität abgeglichen. Überhaupt haben wir viel darüber nachgedacht, wofür IANEO steht und was es für jeden einzelnen von uns bedeutet, wenn wir interkulturell denken. Das hat unsere Horizonte gehörig erweitert.

Für IANEO sind Interkulturalität und Vielfalt zwei besonders wichtige Themen. Wir finden, dass es gerade verschiedene Charaktere, Fähigkeiten und Meinungen sind, die unsere Arbeit ausmachen. Einerseits sorgt Vielfalt bekanntlich für die besseren Arbeitsergebnisse. Andererseits macht es einfach mehr Spaß, wenn viele Kulturen und Sichtweisen im Alltag ganz selbstverständlich zusammenkommen. Wir sind überzeugt, dass dieser Ansatz die Kreativität, Innovationskraft und Problemlösungskompetenz von IANEO bereichert.

UNSERE 3 WICHTIGSTEN ERKENNTNISSE, DIE UNS DER WORKSHOP GEBRACHT HAT:

IANEO ist schon sehr gut aufgestellt, was Interkulturalität & Diversität angeht

Es gibt nicht nur die eine oder die andere Sichtweise, wir müssen auch das „Dazwischen“ sehen und akzeptieren

Die gesamte Welt werden wir durch unsere Verhaltensweisen wohl nicht ändern können, aber wir können Vorbild sein und so ein Stück zum großen Ganzen beitragen

Wir danken Sera für ihren Einsatz und den tollen Workshop.



Das interkulturelle Mittagessen zu Beginn des Nachmittags mit Sera war der Hit! Jeder brachte Snacks mit. Stellvertretend für alle Snacks des Tages seht ihr hier Baklava, das Mohsen beisteuerte und das uns bis in den späten Abend hinein ernährt hat.





IANEO

OFFENHEIT

EFFIZIE

FLEXI-
BILITÄT



VERBIND-
LICHKEIT

NACH-
HALTIGK

Über Sera Babakus:

*Sera Babakus ist Herausgeberin des LEYANA Magazins. Die Politikwissenschaftlerin, Erwachsenenpädagogin und zugewanderte Frau bringt über 10 Jahren Erfahrung in der Integrations- und Migrationsarbeit in Deutschland und in den USA mit. Sie verfügt über zahlreiche Kontakte zu interkulturellen und migrant*in-geführten Organisationen im gesamten Bundesgebiet – so wie über spezielles Wissen rund um die Herausforderungen zugewanderter Menschen in Deutschland.*

www.leyanamag.com



In der kommenden Zeit wollen wir mit euch unsere Werte und unsere Art des Arbeitens betrachten. Viele sind in den letzten Jahren neu dazu gekommen, erleben IANEO anders, als diejenigen, die schon lange dabei sind. IANEO hat sich dadurch sehr stark weiterentwickelt und ist weiter nach vorne gekommen. Wir arbeiten konsequent an unseren Zielen, sind offen für Neuerungen, machen uns viele Gedanken um Innovationen, Tech-Stacks und die Optimierung unserer Lösungen für die Kunden. Wichtig ist dabei immer, dass wir den Spaß und den Blick auf unsere Unternehmenskultur nicht verlieren. Deshalb wollen wir mit euch gemeinsam einen Fokus auf unser Leitbild werfen, denn:

Unser Leitbild ist die Kraft, die uns alle zusammenhält und dafür sorgt, dass wir ein Uhrwerk zusammenarbeiten. Es enthält Werte zur Effizienz genauso wie zur Resilienz und zur Offenheit.

Deshalb haben wir in der G7 beschlossen, das Format der Kulturtalks wieder ins Programm für euch zu nehmen. Die Kulturtalks sind Gesprächsrunden, die für alle IANEOs offen sind und die in einer lockeren Atmosphäre, mit viel Humor unsere Werte und die Art unseres Zusammenarbeitens beleuchtet werden.

Die Kulturtalks sind dazu da, dass ihr euch in die Weiterentwicklung unserer besonderen Unternehmenskultur einbringen könnt und sind vor allem auch für diejenigen super interessant, die noch nicht so lange dabei sind. In den Kulturtalks bekommt man immer viele Inputs für die tägliche Zusammenarbeit und kann IANEO auf ganz neue Art erleben.

Detailinfos zu den kommenden Talks findet ihr im Intranet.

KULTURTALKS:
LASST UNS ÜBER IANEOS
WERTE REDEN



ERFOLGSFAKTOR FAMILIE: WILLKOMMENS- UND NETZWERKTAG

Am 14. Juni 2024 wird IANEO Gastgeber des Willkommens- und Netzwerktages des bundesweiten Unternehmensnetzwerks ERFOLGSFAKTOR FAMILIE sein.

Ziel des Netzwerktages ist es, das Unternehmensnetzwerk „Erfolgsfaktor Familie“ vorzustellen, Informationen zum Thema Vereinbarkeit an interessierte Unternehmen zu vermitteln und den Austausch zu fördern. Dazu werden viele regionale Akteure eingeladen, die gemeinsam neue Wege der Zusammenarbeit und Inspiration in Sachen Vereinbarkeit von Beruf und Familie auf den Weg bringen möchten. Die Veranstaltung, an der auch die IHK Saarland maßgeblich beteiligt ist, wird am Vormittag mit einigen spannenden Keynotes und Einblicken in die Vereinbarkeitsszene im Saarland beginnen. Nach der Mittagspause werden die Teilnehmenden gemeinsam Inhalte dazu erarbeiten, wie man Vereinbarkeit konkret in die Unternehmenskultur

bzw. die Arbeitgebermarke integriert und was die Vorteile sind.

Dazu haben wir als IANEO natürlich etwas beizutragen und freuen uns auf den Austausch mit vielen anderen Unternehmen aus unserer Region.

Wann: 14. Juni 2024, ab 11.00 Uhr

Wo: Forum des IANEUM in Friedrichsthal

Der Willkommens- und Netzwerktag des bundesweiten Unternehmensnetzwerks ERFOLGSFAKTOR FAMILIE ist eine Kooperationsveranstaltung von



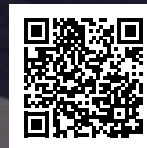
auf Einladung von IANEO

ERZÄHL MAL ... IM RADIOPODCAST

Erzähl mal, das Plauderformat von IANEOs für IANEOs

Im Radio-Podcast dieses Mal: Marco, der seit 2014 mit dabei ist. Marco erzählt uns von QUALINEO, seinen Meilensteinen bei IANEO und was für ihn in Zukunft auf der Agenda steht.

Hört mal rein:



Über Erzähl Mal:

Erzähl Mal ist ein Format in dem IANEOs, die schon viele Jahre mit dabei sind zu Wort kommen. Für die Streams trifft sich Tom bei einer Tasse Kaffee mit allen, die schon länger als 10 Jahre mit von der Partie sind und plaudert mit ihnen in lockerer Atmosphäre, wie sie den Wandel und das Wachstum unserer Firma erlebt haben. Zu jedem REPERT erscheint eine Folge als Video oder Radiopodcast. In der vorherigen Folge war Julia im Video:



Marco im Portrait: 2022 (gr. Bild), 2015 (kl. Bild) und 2024 bei der Übergabe seiner Urkunde „10 Jahre bei IANEO“.



SUBCULTURE: TEAMS STELLEN SICH VOR.

Seit einiger Zeit entstehen innerhalb der Teams tolle neue Strukturen und individuelle Ideen von Arbeitsweisen über Maskottchen bis hin zu besonderen Events und Teamspaß.

Das wollen wir euch nicht vorenthalten. In den kommenden Ausgaben des REPPERT stellen wir euch deshalb nach und nach diese besonderen „Sub-Cultures“ vor. Freut euch auf spannende, witzige und rührende Einblicke in den Alltag der Teams.

Die Redaktion war bestrebt, die Besonderheiten der Subculture durch das Design der folgenden Seiten zu unterstreichen.

MIT DABEI DIESES MAL:

- DIE BUG SQUAD,
- UNICORN SQUAD,
- BADGER SQUAD,
- SQUID SQUAD UND
- FORCE D'ELITE





DIE BUG SQUAD

Hier seht ihr „Die Bug Squad“*, die sich so genannt haben, weil auch andere Teams etwas mit Tieren im Namen gemacht haben und die Hauptbeschäftigung eines Entwicklers das „Debugging“ (für alle Nichtentwickler: Das Beheben von Fehlern aus Software) ist.

Das Team hat sich ein gewaltiges schwarz-weißes Logo gegeben, das wir hier für euch abbilden.

Das Besondere am Team? Sie sind das neuste Team bei IANEO, existieren erst seit Ende Januar 2024 und verbinden Kompetenzen von Webshop bis CMS, sind vielfältig und dynamisch. Demnächst werden Teamevents stattfinden, als erstes ist ein Besuch im Kletterpark geplant.

Man darf gespannt sein, was es dann zu berichten geben wird. Der REPPERT bleibt für euch dran :-)



* der Name wurde weise gewählt, denn er erklärt das Team sozusagen von selbst, auch wenn man etwas darüber nachdenken muss und wenn Fragen bei der Interpretation offen bleiben, wendet euch an eine(n) DIE BUG SQUAD



UNICORN SQUAD

Dieser Teamname kam durch demokratische Abstimmung zustande in einem Team, das nach eigener Aussage seit Anbeginn der Zeit (zumindest der Zeit, in der wir Teams haben) existiert.

Das Logo entstand durch grafische Umsetzungen von Vorschlägen und Ideen des Teams, mehreren Abstimmungsrunden und letztlich der finalen Umsetzung durch Melissa.

Wenn man Unicorn Squad danach fragt, was sie auszeichnet, sind das die Antworten:

- Uns zeichnet in erster Linie der Teamzusammenhalt aus. Davon abgesehen haben wir uns, nicht zuletzt dadurch, als hervorragende Escape-Room-Spieler herausgestellt :D
- Wir haben ein Maskottchen namens Pixel. Die Maskottchenbeauftragte ist ebenfalls Melissa.

- Das letzte Team-Event bestand aus dem Besuch eines Escape-Rooms und Bowling. Abstimmungen und Planungen für das nächste Event laufen.

Und was sie uns sonst noch sagen wollten. Hier kommen die ultimativen UCS-Fakten:

- Wir sind ein leicht bekloppter Haufen lustiger Menschen mit Spaß bei der Arbeit und in den Meetings
- 3 der 4 Kicker-WM Finalisten kamen aus dem UCS
- Der „Sheldon Cooper des JavaScript“ kommt aus dem UCS: Hong-Phuc Bui
- Das UCS stellt in Form von Marco Gier 50% der Lead-Devs bei IANEO. (Bei offiziellen Anlässen wird hier jedoch der Codename Martin G. genutzt)

BADGER SQUAD:



DIE DACHSBANDE MIT GUTER LAUNE!

Gegründet wurde der Badger Squad zeitgleich mit der Einführung von Teams in der Webcom Abteilung. Seit Mitte 2022 leitet Nadja die Truppe. Der Name „Badger Squad“ hat seinen Ursprung im Youtube-Video „Badgers : animated music video ...“. Das Video entwickelte sich schnell zum Running Gag im Team und so war der Name „Badger Squad“ geboren - inklusive unserem Maskottchen, dem Europäischen Dachs (Meles meles). Passend zum Namen ziert unser Logo der majestätische Dachs, liebevoll von Michèle kreiert.

Was uns besonders macht:

- KI-Bild-Mittwoch: Einmal pro Woche lassen wir in unserem täglichen Teammeeting unserer Kreativität freien Lauf und generieren mit KI-Tools Bilder zu aktuellen Anlässen. Der Dachs ist natürlich immer mit dabei! Inzwischen hat sich dieser Spaß auch in anderen Teams etabliert.
- Teaminterner Stammtisch: Einmal die Woche beraten wir uns in kleiner über neue fachliche Erkenntnisse.
- Teamevents: Ob Alpaka-Wanderung 2023, Familienspaziergang oder andere Aktivitäten - wir erleben gerne etwas zusammen und stärken so unseren Zusammenhalt.

Was wir noch sagen wollten:

GO BADGERS!





Wie lautet euer Teamname?

SQUID SQUAD

Wie kam es zu dem Namen?

Er wurde per Umfrage festgelegt, nachdem Vorschläge gesammelt wurden. Es gab bereits mehrere Teams mit „Squad“ im Namen, aufgrund dessen wir auch einige Vorschläge angelehnt an dieses Namensschema hatten. In der Abstimmung fiel die Wahl dann auf Squid Squad.

Seit wann gibt es euch?

Dieses wichtige Datum wurde leider nur grob festgehalten:
~ Juni 2022

Wer ist im Team?

Claudia, Nicole, Tobias, Daniel A., Leon, Stefanie, Melvin

Habt ihr ein Logo?

Ja, dieses wurde gemeinschaftlich mittels einer Bild-KI (Dall E-3) erstellt. Dort haben wir gemeinsam für die „Eingabe“ gesorgt, welche zu dem Team-Logo geführt hat. Es zeigt den arbeitswütigen Squid, der mit seinen vielen Armen die unter-

schiedlichen Aufgaben bearbeitet. Kein Multitasking ist ihm zu viel.

Was ist das Besondere an eurem Team?

Wir haben im letzten Sommer ein Team-Event gemacht, Ziel war die Kartbahn in Zweibrücken, dort sind wir im sogenannten „Grand Prix 30“ angetreten. Danach noch ein entspanntes Essen. (Anmerkung der Redaktion: Entspannt essen ist nie schlecht!)

Was wollt ihr den Lesern sonst noch über euch sagen?

Wir haben mit dem Badger Squad eine „KI-Challenge“ gestartet. Wir beauftragen uns wöchentlich gegenseitig anhand eines Wortes ein Bild mittels KI zu generieren, z.B. ein Bild zum Thema „Cupcake“ oder „Blumenwiese“. Über diesen Weg wollen wir uns dem Thema (Bild)KI annähern. Dabei haben wir außerdem gelernt, dass KIs uns noch lange nicht ersetzen werden.



Im Interview mit der REPERT-Redaktion äußerte Melvin Bedenken, es könne sich jemand ob des martialischen Team-Logos erschrecken. Wir hoffen, das ist nicht der Fall. Jedenfalls übernimmt der REPERT **keine Haftung**.

Auch das besonders gut getroffene Foto des letzten Teamevents wollen wir euch an dieser Stelle zum wiederholten Male nicht vorenthalten.



MIT WITZ, CHARME UND

OHNE MELONE -

DATENBANK-DESKTOP TEAM:

FORCE D' ELITE

FORCE D' ELITE: 6 Köpfe, (k)eine Taste und etwas Expertise.

Unser Team zeichnet sich vor allem durch fundiertes Wissen im Bereich der relationalen Datenbanken, insbesondere MSSQL und Oracle aber auch MySQL aus.

Als Frontend dazu programmieren wir Desktopanwendungen insbesondere mit Hilfe von .Net (C#, VB) für das Verwalten von Daten. Für PIM-Systeme und die entsprechenden Schnittstellen sowie Ausleitungen (z.B. zu Shopware) sind wir Ansprechpartner und Experten.

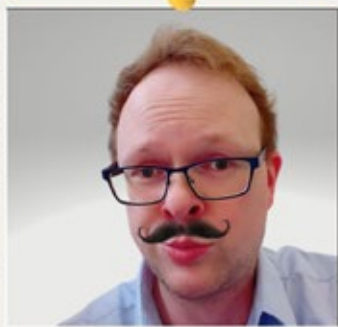
Unsere Fachgebiete sind Datenmanagement und Datenmanipulationen im großen Stil mit verschiedenen Datenschnittstellen. Wir kümmern uns um

Exporte und Importe in/aus unterschiedlichsten Quellen und Systemen.

Daneben schauen wir über den Tellerrand und beschäftigen uns mit Web-Anwendungen.

Eure FORCE D' ELITE

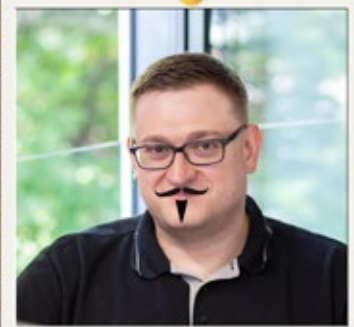
(... und ja, der Text löscht sich 5 Sekunden nach dem Lesen ...)



Philipp



Eric



Artur

Force d' ELITE



Strudi



Alexander



Julia

DER CURRYWURSTTAG

eine kollaborative Tradition

DIENSTAG HEISST CURRYWURST

Jeden Dienstag kochen wir gemeinsam für uns - teilen uns die Arbeit und die Kosten.

Dabei liegt der Spaß auf der wechselnden Currysoße, die jeder beitragen kann. Aber auch bei der Wahl der Wurst oder den Beilagen ist nichts in Stein gemeißelt.

Es ist keine starre Veranstaltung, denn jeder kann und soll Ideen sowie Bedürfnisse einbringen.

DER ABLAUF

Anmeldung der Teilnehmer am Vortag bis 16 Uhr.

Die Anmelderzahl wird dann mit dem Soßenchef*in geteilt, entsprechend Würstchen und Wecksche vorbestellt.

Am Currywurst Tag sammeln wir dann auf dem Weg ins Büro die Sachen ein. Gegen 12:00 heizen wir den Grill ein und erwärmen langsam die Soos.

Sobald die Soße heiß und die Würschdscha schön gebräunt sind heißt es: Mahlzeit

Jeder nimmt sich, was er bestellt hat.



BISHERIGE STARKÖCHE, OHNE REIHENFOLGE IM CHEF DE RANG

Florian Häuser	Sebastian Pink	Jörg Vogelgesang	Dirk & Familie
Alexander Krieger	Thomas Knepeck	Manuel de Angelis	Michèle Ziegler
Thomas Werner	Karsten Schwarz	Annette Jacobsen	Matthias Schröder



„Habe Sonne im Herzen und Currywurst im Bauch.
Dann bist du glücklich und satt bist du auch.“
- Thomas Knepeck 16.10.2023

TRIVIA

Der bisher größte Currywurst Tag fand am 5. September 2023 statt.

- **19 IANEOs** angemeldet
- **36 Würste** in 2 Runden aufgelegt und serviert
- **3l Soße**

Eine Anmeldung dauert weniger als 2 Minuten – Profis brauchen nur 8 Sekunden.



FAQ

Wat kost der Spaß?

2,75€ ist der Beitrag für eine Portion (1 Wurst+Soos+Weck)

Wer bekommt das Geld?

Den Beitrag bezahlt man - wenn nicht anders in der Anmeldung beschrieben - bei Flo.

Ich möchte Soßenchef*in sein, aber habe noch nie Currywurst Soße gekocht!

Wir verfügen mittlerweile über eine Sammlung geschmackvoller Rezepte, an denen man sich orientieren und die eigene Note einbringen kann.

Wie sieht es mit den Kosten für die Soße aus?

Die Kosten werden geteilt. Damit wir nicht in Orga versinken arbeiten wir mit Pauschalen.

Die Bestandteile:

- 1,35€ Wurst
- 0,40€ Weck
- 1€ Soße

...das ist ja aber nicht alles:

Für den Grill und die Kohle bzw. das Gas geht unser Dankeschön an Dirk. Vielen Dank!

Jeden Dienstag?

Jeden Dienstag



DANKE

An dieser Stelle möchte die Redaktion des REPPERTS noch einmal ausdrücklich ein großes Dankeschön an alle Initiatoren und Soßenvirtuosen richten, die dieses großartige Format ins Leben gerufen haben und vor allem auch am Leben halten.

Es sind Aktionen wie diese, die das Arbeiten bei IANEO so besonders machen und dafür sorgen, dass wir Tag für Tag gerne zur Arbeit kommen.

Vielen Dank!

REZEPT-TAGEBUCH

Die leckersten Rezepte zum Nachkochen findest du auf der nächsten Seite.



PRÄMIERTE REZEPTE

Auszüge aus unserem Soßentagebuch

Liebes Soßentagebuch...

Dienstag, 25. Juli 2023

SANSIBAR (REZEPT FÜR 24 WÜRSCHEN)

ZUTATEN

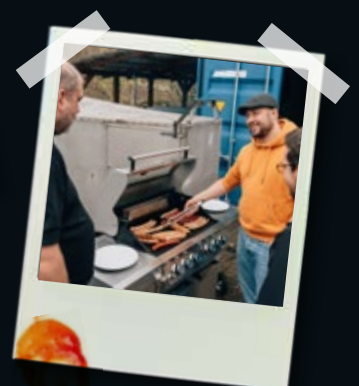
- 50 g Gewürzgurken, in Stücken
- 150 g Zwiebeln, halbiert
- 60 g Butter, in Stücken
- 40 g Zucker
- 4 geh. EL Curry (40 g), z.B. Sansibar Currypulver
- 1000 g passierte Tomaten
- 500 g Ketchup
- 70 g Tomatenmark
- 2 TL Salz (10 g)
- 1 - 2 TL Sambal Olek (20 g)
- 1 geh. TL Gewürzpaste für Gemüsebrühe, selbst gemacht oder 1 Würfel Gemüsebrühe (für 0,5 l)
- 20 g Obstessig

ZUBEREITUNG

- Gewürzgurken zerkleinern (z.B. mit einer Küchenmaschine) und umfüllen
- Zwiebeln zerkleinern
- Butter und Zucker erhitzen und Zwiebeln darin 3 Minuten glasig dünsten
- Curry zugeben und weitere 2 Minuten dünsten
- Ketchup, Passierte Tomaten, Tomatenmark, Salz, Sambal Olek, Gewürzpaste, Essig und zerkleinerte Gurken zugeben und 15 Minuten köcheln und danach abschmecken.



Gekocht von Thomas Werner



Dienstag, 7. November 2023

ANOTHER ONE BITES THE SAUSAGE (REZEPT FÜR 23 WÜRSCHEN)

ZUTATEN

- 1500 g Ketchup
- 100 ml Olivenöl
- 0,7 l Wasser
- 12 Esslöffel Currypulver
- 10 EL Pfeffer (gemeint waren Teelöffel, glatt verlesen)
- 7 EL Rinderbrühe (dito, eigentlich Teelöffel)
- 20 EL Zucker
- 2 EL BEEANEO Honig
- 5 EL Salz (gut, hätten auch eigentlich Teelöffel sein sollen)
- 2 EL Essig
- 2 Schoten Peperoni mittelscharf
- 1 Zitrone (Saft)
- 2 große Zwiebeln
- 3 Zehen Knoblauch

ZUBEREITUNG

- Zwiebeln und Knoblauch in Olivenöl glasig dünsten
- Mit Wasser ablöschen und restliche Zutaten einrühren
- Die ganze Chose ca. 1 h köcheln lassen
- Abschmecken



Gekocht von Jörg Vogelgesang



Montag, 26. Februar 2024

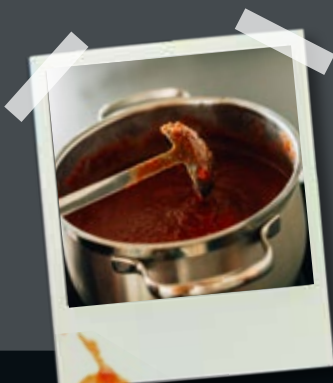
BJÖRN FREITAG (REZEPT FÜR 8 WÜRSCHEN)

ZUTATEN

- 100 g geräucherter weißer Speck
- 1 Zwiebel
- 4 EL Rohrzucker
- 60 g Tomatenmark
- 250 ml Bier
- 175 g dänisch eingelegte Gurken
- 1 Tomate
- 400 g Tomatenfruchtfleisch
- 4 TL Currygewürz
- 4 TL Paprikapulver mild
- 3-4 TL weißer Pfeffer
- Salz

ZUBEREITUNG

- Den Speck am Stück in den Topf legen und erhitzen.
- Währenddessen die Zwiebel fein würfeln. Anschließend den Topf mit der Speckschwarte ausreiben.
- Die Speckschwarte aus dem Topf nehmen. Die Zwiebeln in dem heißen Topf anschwitzen.
- Den Rohrzucker und das Tomatenmark zugeben und kurz erhitzen. Mit Bier ablöschen.
- Die dänischen Gurken und die Tomate in feine Würfel schneiden. Die Gurken- und die Tomatenwürfel zusammen mit dem Tomatenfruchtfleisch in den Topf geben.
- Mit Curry- und Paprikapulver, Salz und Pfeffer würzen. Etwas Gurkenwasser zugeben und alles gut verrühren.
- Die Currysauce bis zur gewünschten Konsistenz köcheln lassen.



Gekocht von Florian Häuser

DAS AUSSTERBEN DER BIENEN WÜRD E DAS ENDE DER MENSCHHEIT BEDEUTEN.

Auf einem Treffen der Royal Geographic Society von London hatte das Earthwatch Institute Bienen zur unverzichtbarsten Art auf diesem Planeten erklärt, wie The Guardian 2008 berichtete. Und dazu kommt diese beunruhigende Neuigkeit. Würden die Bienen heute vollends verschwinden, würde die Menschheit sehr bald nachziehen!

Wissenschaftler und Wildtierexperten haben Bienen in die Liste der Arten aufgenommen, die in naher Zukunft vom Aussterben bedroht sind, wenn die Menschheit nicht bald etwas für ihre nützlichsten Insekten unternimmt.

Die Bedeutung der Bienen

Der Verlust der Bienen wird für die Menschheit katastrophal sein, da sie unersetzlich sind. Die Beziehung zwischen Bienen und blühenden Pflanzen ist eine der umfangreichsten, harmonischsten und am stärksten wechselseitig abhängigen Kooperationen auf unserem Planeten. Eine über einen Zeitraum von fast 100 Millionen Jahren entstandene Beziehung hat zur Entstehung einer reichen Artenvielfalt geführt und auch die Verbreitung der menschlichen Spezies auf der Erde gefördert.

Es gibt mehr als 20.000 Bienenarten.

Eine überwältigende Anzahl von ihnen lebt jedoch nicht in Bienenstöcken. Sie variieren in der Größe von 2 mm bis 4 cm und passen sich nicht gut an neue Pflanzentypen an.

75% der Nahrungspflanzen, welche die von uns konsumierten Samen und Früchte produzieren, werden zumindest teilweise durch Bestäubung beeinflusst. 87% der weltweit wichtigsten

Nahrungspflanzen werden ganz oder teilweise durch Bestäubung befruchtet. Dies wiederum ernährt Tausende von Tier- und Vogelarten. Sie sind der Hauptgrund für die Artenvielfalt der Pflanzen. Der Rückgang der Bienenpopulation würde sich nach Angaben der Ernährungs- und Landwirtschaftsorganisation der Vereinten Nationen (FAO) nachteilig auf wichtige Kulturen wie Kaffee, Kakao, Mandeln, Tomaten und Äpfel auswirken, um nur einige zu nennen.

Der älteste bekannte Süßstoff und auch der gesündeste, nämlich Honig, ist seit der Antike sehr gefragt. Das Gesamtexportvolumen allein der führenden honigproduzierenden Nationen belief sich im Jahr 2009 auf 2,4 Milliarden Dollar. Dies ist eine weitere große Nahrungsquelle, die mit den Bienen einfach verschwinden würde.

Der Geldwert der Kulturpflanzen weltweit, die direkt von Bestäubern abhängig sind, liegt in der Größenordnung von 235 bis 577 Milliarden US-Dollar pro Jahr. Dies war ein Geschenk der Natur. Sich allein auf den künstlichen Prozess zu verlassen, ist nahezu unmöglich. Der einzige Ausweg ist die Unterstützung des Prozesses, der zur natürlichen Bestäubung führt.

Wir haben bereits Prozesse freigesetzt, die in nicht allzu ferner Zukunft zum Aussterben des führenden Bestäubers des Planeten und damit zum Aussterben zahlloser anderer Arten einschließlich des Menschen führen könnten. Die Notwendigkeit, unsere ständig wachsende Bevölkerung zu erhalten, hat dazu geführt, dass Methoden zur Steigerung der Produktion um jeden Preis angewendet werden, insbesondere die Rodung von Wäldern für landwirt-

schaftliche Flächen und der zunehmende Einsatz von Pestiziden. 40% der wirbellosen Bestäuberarten, insbesondere die Bienen, sind mittlerweile vom Aussterben bedroht. Dies hat zu einem starken Rückgang der Population von Wildbienen und einheimischen Bienen geführt. In einigen Teilen der Welt wurden riesige Populationen dezimiert.

IANEO und die Bienen

Mit unseren Bienenstöcken wollen wir diesem Trend ein klein wenig entgegenwirken und einen Beitrag zur Artenvielfalt rund ums IANEUM leisten. Unsere Bienen haben den Winter vorbildlich überstanden. Die Völker sind stark und super fleissig. Gerade neulich mussten wir eine weitere, dritte Zarge (das sind die Kisten, in denen sich die Waben befinden) aufsetzen. Unsere Bienen haben soviel Brut angesetzt, dass wir sie im Gegensatz zum Vorjahr bereits auf drei Zargen imkern können.

Wenn das Wetter nun gut und die Obstbaumblüte nicht zu verregnet wird, dann können wir uns bald schon auf den ersten Honig freuen.

Zwischenzeitlich sorgen wir dafür, dass um das IANEUM herum eine Pflanzenwelt entsteht, die unseren Bienen und einer ganzen Menge anderer Insekten ausreichend Nahrung und Lebensraum bietet.





BEE ANEO



ERNÄHRUNGSTIPPS

- FÜNF KLEINE GEDÄCHTNISSTÜTZEN

Wenn man Tipps für eine gesunde Ernährung durchliest, dann kann man eigentlich immer nur dasselbe finden und kommt zu dem Schluss: Die Erkenntnisse sind nicht wirklich neu und appellieren eigentlich immer an den gesunden Menschenverstand. Nichtsdestotrotz ist ungesunde Ernährung an der Tagesordnung. Wir geben euch deshalb fünf kleine Gedächtnisstützen mit ins Frühjahr.

DIE FÜNF TIPPS SIND EINER STUDIE DER DGE - DEUTSCHE GESELLSCHAFT FÜR ERNÄHRUNG ENTLIEHEN:

Obst und Gemüse bleiben wichtig

Nichts ändert sich an der Empfehlung, viel Obst und Gemüse zu essen. Mindestens fünf Portionen – rund 550 Gramm – am Tag sollten es sein, wobei eine Portion grob einer Handvoll entspricht.

Mehr Hülsenfrüchte und täglich Nüsse

Mindestens einmal die Woche sollten außerdem Hülsenfrüchte wie Erbsen, Bohnen oder Linsen auf dem Teller landen und täglich eine Hand voll Nüsse.

Milchprodukte sollten reduziert werden

Bei den Milchprodukten gibt die DGE nun eine Portion weniger an als zuvor: zwei Portionen Milch oder Milchprodukte pro Tag. Dazu kommen wöchentlich ein bis zwei Portionen Fisch und ein Ei.

Am besten Wasser trinken

Man sollte viel, das bedeutet rund 1,5 Liter jeden Tag, trinken. Am besten Wasser oder andere kalorienfreie Getränke wie ungesüßten Tee.

Weniger Fleisch für die Gesundheit

Insgesamt sollten tierische Produkte höchstens ein Viertel ausmachen. Eine gesunde Ernährung beinhalte maximal 300 Gramm Fleisch pro Woche, der Nährstoffbedarf lasse sich aber genauso gut mit weniger Fleisch decken. In der alten Richtlinie von vor sieben Jahren galten 600 Gramm Fleisch als wöchentliche Obergrenze.

DER DM FIRMENLAUF

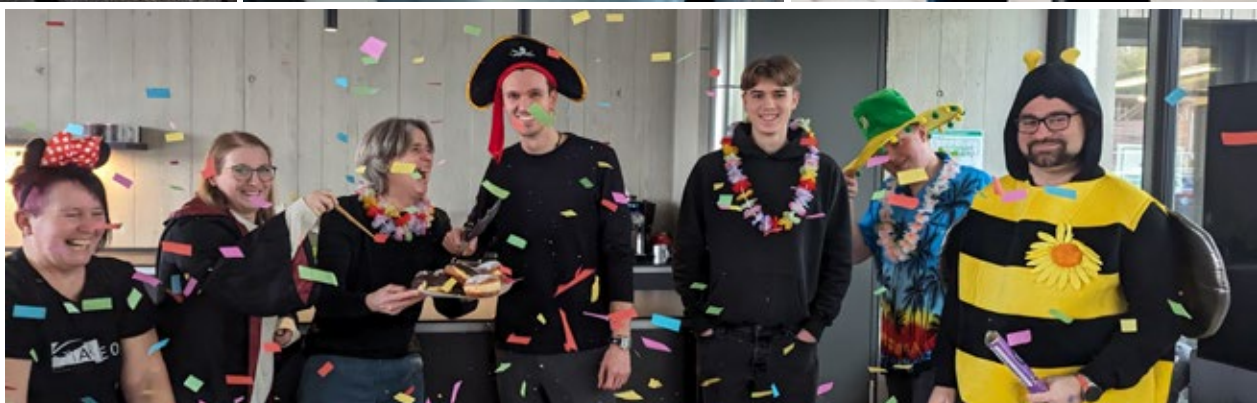
13. JUNI 2024, 17:00UHR

TERMIN JETZT SCHON VORMERKEN!

Wie man den Bildern des letzten Firmenlaufs unschwer entnehmen kann, ist die Teilnahme der sportiven Delegation von IANEO immer von großer Freude und Humor geprägt. Anmeldungen sind bei Michèle Z. möglich.

Mehr Informationen zum Event im ISI.





WAS 2024 BISHER GESCHAH...



E COMMERCE STAMMTISCH





LIBERATING STRUCTURES



INTERKULTURELLER WORKSHOP





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

Bildrechte:

Rich Serra für IANEO (www.rich-serra.de), Sebastian P. für IANEO,
Pixabay, AdobeStock, btl Brandschutztechnik GmbH, f-tronic GmbH, Fox4Pets GmbH & Co. KG

Texte: Tom, Nicole, Stephan

Layout: Nina, Tom und Sebastian P.

Lektorat: Michèle und Stephan

Finish und Erstellung der Druckdatei: Nina

Druck:

Digitaldruck Pirrot, Dudweiler