



MULTICHANNEL-STRATEGIEN FÜR DEN MITTELSTAND

DREI UNTERNEHMEN AUS DEM SAARLAND IM FOKUS



Wir haben auf das neue Jahr angestoßen und sind gespannt,
was es für die IANEOS an neuen Projekten, Aufgaben,
Herausforderungen und Gründe zum Feiern bereit hält.

AUSGABE MÄRZ 2025

INHALTSVERZEICHNIS

TOMS EDITORIAL	4
DIRKS KOLUMNE.....	7
7 ZENTRALE FRAGEN ZU MULTICHANNEL-MARKETING UND PIM-SYSTEMEN	8
E-COMMERCE: WAS ES 2025 ZU BEACHTEN GILT	12
BIS ZU 20.000 EURO FÜR DIGITALE PROJEKTE	15
NEUE FÖRDERMÖGLICHKEITEN FÜR DEN MITTELSTAND IM SAARLAND	
BRUNO ZIMMER - MITTEL ZUM LEBEN.....	16
BORN GMBH - HOCHINNOVATIV, FLEXIBEL, INHABERGEFÜHRT	18
CREATABLE: DIE DIGITALISIERUNGSSTRATEGIE EINES HIDDEN CHAMPIONS DER TISCHKULTUR	20
BARRIEREFREIHEIT IM E-COMMERCE:	25
PFLICHT UND CHANCE FÜR ONLINE-HÄNDLER	
BARRIEREFREIE ONLINESHOPS MIT SHOPWARE	26
IANEO GIBT SICH EINE NEUE INTERNETSEITE	28
ERZÄHL MAL....	29
ERSTES NETZWERKTREFFEN „STARKE ARBEITGEBER“	34
WIR SIND INNOVATION MEMBER OF THE YEAR 2024	36
ÄNDERUNGEN IN DER FACHLAUFBAHN	40
SBR-061224-STDO30, DER GEHEIMCODE ZUM ABROCKEN!.....	41
IANEO HAT GEBURTSTAG	42
BEEANEO - DIE WINTERRUHE IST ZU ENDE	46
KURZMELDUNG IN SACHEN BIODIVERSITÄT	46
THEMENPAUSE „SCHLAF DICH FIT“ MIT LEBENSFREUDE GESUNDHEITSMANAGEMENT	48
IGM AKTUELL	49
TINTENFISCHE IM BLUTRAUSCH: TEAM-EVENT IM ESCAPE ROOM	50
SAVE THE DATE	51
WAS BISHER GESCHAH.....	52



Liebe IANEOs,

vor euch liegt die erste Ausgabe des REPERT in diesem Jahr. Seine Veröffentlichung hat sich etwas verzögert – es kamen einfach immer wieder neue, spannende Themen hinzu.

Jetzt ist er endlich fertig – und bringt euch eine geballte Ladung digitaler Strategien aus dem Saarland! In dieser Ausgabe findet ihr Berichte von gleich drei Unternehmen aus unserer Region, die in den vergangenen Monaten gemeinsam mit uns ihre digitalen Geschäftsmodelle auf Erfolgskurs gebracht haben.

Wir wünschen unseren Kunden CreaTable, Born und Bruno Zimmer weiterhin viel Erfolg mit unseren Lösungen, freuen uns auf viele weitere tolle Projekte und danken herzlich für die Mitwirkung an den Inhalten dieses Magazins.

Für Betreiber von Onlineshops und Websites bringt 2025 einige wichtige Neuerungen und gesetzliche Vorgaben mit sich. Wir haben die wichtigsten Infos für euch zusammengestellt – kompakt und praxisnah.

Auch intern ist bei uns einiges los! Aktuell arbeiten wir an einem großen Projekt: unserem eigenen neuen Internetauftritt. Der REPERT gibt euch einen ersten Ausblick. Und wir können schon jetzt sagen: Die neue Website – komplett mit unseren eigenen Kompetenzen entwickelt – wird sowohl technisch als auch optisch ein echtes Highlight.

In Sachen Künstliche Intelligenz tut sich ebenfalls viel. Es haben sich mehrere neue interne Denkfabriken gebildet über deren Arbeit wird im REPERT regelmäßig berichtet werden.

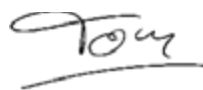
Mit dem neuen Unternehmensnetzwerk STARKE ARBEITGEBER haben wir außerdem ein neues Kooperationsprojekt für die saarländische Unternehmenslandschaft initiiert. Besonders freut uns, dass uns das East Side Fab für unser Engagement – auch rund um die IT.CON im vergangenen Herbst – zum „Innovation Member of the Year“ gekürt hat.

Und auch der Teamspirit kam nicht zu kurz: In den ersten drei Monaten des Jahres gab es bereits zahlreiche Teamevents – und es wurden viele Currywürste verzehrt.

Zum Schluss noch ein persönliches Highlight: Die neue Folge von „Erzähl mal ...“, diesmal mit mir im Interview. Danke an Mark F. für seine tollen Fragen und die Vorbereitung, in die er sich richtig reingehängt hat. Entstanden ist eine neue Videofolge unseres Podcasts von IANEOs für IANEOs.

Viel Spaß beim Lesen und Entdecken!

Euer



A large group of people, mostly men, are posed on a modern staircase with concrete walls. Many of them have their hands raised in a celebratory gesture. In the foreground, a man in a black polo shirt holds a framed certificate that reads "BEST OF 2024". To his left, another man in a red shirt holds a small, clear award. The scene is brightly lit, and the overall atmosphere is one of achievement and team spirit. Red geometric patterns are visible in the corners of the image.

EDITORIAL

DIRK'S KOLUMNE



Liebe IANEOs,

wir haben in den ersten Monaten dieses Jahres eine Menge Veränderungen erlebt. Man muss nicht betonen, dass die politischen Veränderungen unserer Zeit auf alle einen Einfluss haben. Viele Menschen sind verunsichert, viele empfinden diese Zeiten als sehr herausfordernd.

Auch auf IANEO nehmen diese Transformationen Einfluss und wir können das selbst nicht steuern, sondern müssen teilweise geschehen lassen, was manch seltsamer Politiker oder merkwürdiger Berater z. B. im Weißen Haus oder am Roten Platz in Moskau, aber auch bei uns in Deutschland, verursacht. Entscheidungen, die weitreichende Konsequenzen für die innen-, weltpolitische und -wirtschaftliche Lage haben werden.

Was wir aber gemeinsam in der Hand haben, das ist die Zukunft von IANEO. Wir sind – als IANEOs – in der Lage, auf die Geschicke unserer Firma positiv Einfluss zu nehmen. Wie kann das gehen? Indem wir unsere Chancen erkennen und in Vorteile für IANEO verwandeln.

Ein schönes Beispiel sind die neuen Kundenprojekte, die wir seit Jahresanfang bekommen haben. Diese Projekte sind zu einem großen Teil dadurch entstanden, dass uns Kunden empfohlen haben. Wir sind ein verlässlicher und stabiler Partner, auf den man auch in schwierigen Zeiten bauen und mit dem man seine Strategien umsetzen kann. Das vermitteln wir durch unsere Werte, durch unsere innere Haltung zu unseren Aufgaben bzw. der Qualität unserer Arbeit und nicht zuletzt durch die Außenwirkung, die wir dadurch erzeugen.

Wenn wir also gemeinsam gute Arbeit leisten, dann wird IANEO auch weiterhin Furore machen und gut durch diese Zeiten kommen. Da bin ich mir absolut sicher.

Viel Gutes entsteht für uns auch gerade an zwei großen internen Projekten. Erst neulich haben wir uns wieder intensiv mit dem Sachstand der Neuentwicklung von FASTPIM III auseinandergesetzt. Was entsteht ist eine deutlich verbesserte und vor allem webbasierende Version unseres PIM-Systems. Es wird sich in Zukunft noch besser an die Bedürfnisse mittelständischer Unternehmen anpassen und vor allem sehr leicht integrieren lassen. Eine ganze Reihe neuer Funktionen, allem voran die sehr starke KI-Funktion zur Erstellung und automatisierter Zuordnung von Produkttexten; werden unseren Kunden eine Menge Vorteile verschaffen.

Ein anderes großes Projekt ist die neue Internetseite. Ich habe neulich bei Tom einen kleinen Vorgeschmack auf das neue Design gesehen. Gefällt mir richtig gut! Mein erster Eindruck: Modern, stylish aber schlicht, funktional, einfach voll im Trend. Und ich freue mich sehr darauf, dass wir bald eine Internetseite haben, die auch technologisch auf einem nächsten Level stehen wird.

Wenn ich dran denke, wie ihr euch für die neuen KI-Denkfabriken engagiert, was das IGM auf die Beine stellt oder wie wir im Marketing immer wieder neue Wege finden, unsere komplexen Leistungen graphisch, mit Videos und Texten, im Social Media & Co. darzustellen. Neulich wurde das Netzwerk

STARKE ARBEITGEBER auf unsere Initiative hin gegründet. Das ist nur ein Aspekt, in dem wir uns mit anderen Unternehmen zusammenschließen und in gewisser Weise auch vorangehen. Einfach klasse, wie ihr euch alle reinhängt.

Wenn wir es jetzt hinbekommen, dass wir unsere aktuellen Zeiten weiter mit Zuversicht und Motivation angehen, dann beweisen wir nicht zum ersten Mal in unserer 25-jährigen Firmengeschichte, dass wir ein echt gutes Team sind. Und das nehmen auch andere im Land wahr.

Ich muss an dieser Stelle nicht betonen, dass ich es persönlich am allerliebsten habe, wenn wir das alles hier gemeinsam vor Ort gestalten und erleben.

Deshalb freue ich mich schon euch alle möglichst oft hier im IANEUM zu sehen und auf die kommende Zeit, in der wir wieder mehr zusammen unternehmen wollen.

Den Anfang mache ich mit meiner 50. Geburtstagsfeier am 26. Mai. Wir werden den Grill anheizen, die Cocktails schütteln und einfach zusammen das Leben feiern!

Die IANEOs sind einfach die Besten!

Euer
Dirk

7 ZENTRALE FRAGEN ZU MULTICHANNEL-MARKETING UND PIM-SYSTEMEN

Viele Unternehmen stehen heute vor besonderen Herausforderungen in Sachen Digitalisierung ihrer Geschäftsmodelle. Es gibt eine ganze Reihe Kanäle zu bespielen, um Kunden zu begeistern und immer zielgruppen-gerecht erreichen zu können. Dabei

kommen nicht nur Onlineshops zum Tragen, sondern auch Marktplätze und Händlerplattformen müssen bespielt werden. Hinzu kommen digitale Serviceangebote wie z. B. (Produkt-)Konfiguratoren oder Artikelpräsentationen in Online- sowie Printpublikationen.

Die Liste der Marketing-Kanäle, die in der heutigen Zeit bespielt werden sollten, um Produkte zu bewerben und Markttransparenz zu schaffen kann noch um ein Vielfaches verlängert werden.

1. WARUM KOMMT MAN AN EINER STRATEGIE FÜR MULTICHANNEL-MARKETING KAUM NOCH VORBEI?

Unternehmen agieren längst nicht mehr nur über einen einzigen Verkaufskanal. Ob eigener Onlineshop, Marktplätze wie Amazon oder eBay, Social-Media-Plattformen oder stationärer Handel – Kunden erwarten konsistente und aktuelle Produktinformationen überall dort, wo sie mit einer Marke interagieren. In vielen Branchen werden auch immer noch gedruckte

Kataloge verwendet.

Hinzu kommen weitere Serviceangebote wie z. B. Konfiguratoren, Newsletter und individualisierte Kundenansprachen. Nicht zu vergessen die Daten, die etwa in ein Händlernetz gespeist werden müssen oder die von Herstellern zur Verfügung gestellt werden. Man denke beispielsweise an die

Erstellung standardisierter Austauschformate wie BMEcat, ETIM, ECLASS etc.

Jeder dieser Kanäle hat seine spezifischen Erfordernisse an die Art der Daten, die stets aktuell und für jeden Kanal individuell zur Verfügung stehen müssen.

2. IM ZUSAMMENHANG MIT MULTICHANNEL-STRATEGIEN FÄLLT IMMER WIEDER DAS WORT "PIM-SYSTEM". WAS HAT ES DAMIT AUF SICH?

Ein PIM-System, das multichannelfähig ist, ermöglicht es Unternehmen, ihre Produktdaten automatisiert an alle relevanten Kanäle auszugeben.

Die Vorteile dabei sind:

- **Konsistenz und Aktualität:**
Alle Kanäle greifen auf dieselbe zentrale Datenquelle zu. Fehlerhafte oder inkonsistente Informationen, die durch manuelle Prozesse entstehen, werden vermieden.
- **Zeiteinsparung:** Statt Informationen für jeden Kanal separat aufzubereiten, erfolgt die Verteilung automatisiert. Dies reduziert den Aufwand enorm.

- **Flexibilität bei der Kanalwahl:**
Neue Vertriebskanäle können problemlos hinzugefügt werden, ohne dass große Anpassungen notwendig sind.

Die besonderen Bedürfnisse von Multichannel-Unternehmen

Unternehmen, die mehrere Kommunikations- und Vertriebskanäle bedienen, stehen vor spezifischen Herausforderungen:

1. **Schnelle Reaktionszeiten:**
Produktdaten müssen sofort aktualisiert werden können, z. B. bei Preisänderungen oder neuen gesetzlichen Anforderungen.

2. Vielfalt der Kanäle:

Jeder Kanal hat eigene Anforderungen an Datenformate, Inhalte oder Bildmaterial. Ein leistungsstarkes PIM-System kann diese spezifischen Anforderungen automatisch abbilden und bedienen.

3. Kundenerwartungen:

Kunden erwarten personalisierte Inhalte. Ein PIM-System kann helfen, Inhalte kanal- und zielgruppenspezifisch zu optimieren.

4. Integration mit weiteren Systemen:

Unternehmen benötigen Schnittstellen zu ERP-, CRM- und Marketingplattformen, um einen reibungslosen Datenfluss sicherzustellen.



3. WOZU EIN PIM-SYSTEM?

Ein PIM-System ist eine Softwarelösung, die Produktdaten zentralisiert und strukturiert verwaltet. Von der Beschreibung über technische Spezifikationen bis hin zu Marketinginformationen können alle relevanten Daten in einer einzigen Plattform gepflegt werden. Dies bietet zahlreiche Vorteile:

1. Datenkonsistenz:

Ein PIM-System sorgt dafür, dass Produktdaten über alle Kanäle hinweg konsistent und fehlerfrei

bleiben. Dies reduziert die Fehleranfälligkeit und verbessert die Markenwahrnehmung.

2. Effizienzsteigerung:

Die zentrale Datenverwaltung spart Zeit und Ressourcen, da Informationen nur einmal gepflegt werden müssen.

3. Schnellere Markteinführung:

Produktdaten können effizienter aufbereitet und schneller an ver-

schiedene Vertriebskanäle weitergegeben werden. Dies verkürzt die Time-to-Market erheblich.

4. Optimierte Kundenerfahrung:

Einheitliche und detaillierte Produktinformationen verbessern das Einkaufserlebnis, sowohl online als auch offline.

5. Skalierbarkeit:

Ein gutes PIM-System ist flexibel und kann mit den Anforderungen eines wachsenden Unternehmens mithalten.



4. WIE FINDE ICH DAS PASSENDE PIM-SYSTEM FÜR MEIN UNTERNEHMEN?

Die zentrale Verwaltung von Produktinformationen ist heute also ein entscheidender Faktor für den Unternehmenserfolg. Nur wer seine Daten im Griff hat, kann sie für neue Geschäftsmodelle verwenden und digitale Dienstleistungen anbieten. Produktinformationsmanagement-Systeme (PIM-Systeme) bieten eine Lösung für Unternehmen, die große Mengen

an Produktdaten effizient verwalten und über unterschiedliche Vertriebskanäle hinweg konsistent bereitstellen möchten.

Doch wie findet man das passende System? Die Entscheidung für ein PIM-System bedeutet nicht nur eine finanzielle Investition. Ein PIM-System ist eine Software, die bedeutend zum

Verkauf von Produkten und damit zur Umsatzsteigerung beiträgt. Das neue PIM muss deshalb sowohl zur Strategie des Unternehmens aber auch zu seinen Prozessen passen. Nicht zuletzt ist die Auswahl des richtigen Partners entscheidend, um das Projekt zum Erfolg zu führen.

5. WELCHES SIND DIE KRITERIEN FÜR DIE AUSWAHL DES RICHTIGEN PIM-SYSTEMS?

Die Auswahl eines geeigneten PIM-Systems ist eine strategische Entscheidung. Es gibt zahlreiche Anbieter am Markt, doch nicht jedes System passt zu jedem Unternehmen. Hier sind die entscheidenden Kriterien:

1. Bedürfnisanalyse

Bevor Sie sich für ein System entscheiden, sollten Sie die Anforderungen Ihres Unternehmens klar definieren. Stellen Sie sich Fragen wie:

- Welche Kanäle sollen bedient werden?
- Wie viele Produkte müssen verwaltet werden?
- Welche Integrationen mit anderen

Systemen (z. B. ERP oder Shopsysteme) sind notwendig?

2. Flexibilität und Benutzerfreundlichkeit

Ein gutes PIM-System zeichnet sich durch eine intuitive Benutzeroberfläche aus, die auch ohne umfangreiche Schulungen schnell verständlich ist. Flexibilität hinsichtlich der Anpassung an unternehmensspezifische Workflows ist ebenso entscheidend.

3. Integration und Schnittstellen

Ein PIM-System sollte problemlos mit bestehenden Systemen integriert werden können. Dazu gehören ERP-Systeme, Content-Management-Systeme (CMS) und Online-

shops. Leistungsstarke Schnittstellen sind dabei ein Muss.

4. Internationalisierung

Wenn Sie international tätig sind, sollte das PIM-System Mehrsprachigkeit und länderspezifische Anforderungen unterstützen.

5. Skalierbarkeit

Ihr Unternehmen wächst? Das PIM-System sollte mit Ihren Anforderungen Schritt halten und leicht erweiterbar sein.

6. Support und Weiterentwicklung

Ein hochwertiges PIM-System wird durch einen zuverlässigen Support begleitet. Zudem sollte der Anbieter kontinuierliche Updates und neue Funktionen bereitstellen.



6. PIM SYSTEME MIT KI-MODULEN. WAS BRINGT UNS DAS?

Künstliche Intelligenz (KI) hat das Potenzial, digitale Geschäftsmodelle nachhaltig zu verbessern und Prozesse effizienter zu gestalten. Besonders im Bereich des Produktinformationsmanagements bietet KI eine Vielzahl von Vorteilen, die idealerweise direkt in ein PIM-System integriert sein sollten:

- **Automatisierte Erstellung von Produkttexten:** KI kann produktbezogene Texte in Sekundenschnelle generieren. Dies spart nicht nur Zeit, sondern sorgt auch für konsistente und suchmaschinenoptimierte

Inhalte.

- **Intelligente Zuordnung von Bildern:** KI-gestützte Systeme können Produktbilder automatisch analysieren und korrekt den jeweiligen Produktinformationen zuordnen. Dies reduziert Fehler und erleichtert die Verwaltung großer Datenmengen.
- **Effizienz in der Personalplanung:** In Zeiten des Fachkräftemangels können KI-gestützte Tools Unternehmen dabei helfen, Routineaufgaben zu automatisieren und somit wertvolle Ressourcen zu sparen.

Mitarbeiter werden entlastet und können sich auf strategisch wichtige Aufgaben konzentrieren.

- **Darüber hinaus bietet KI wertvolle Einblicke in das Kundenverhalten.** Mithilfe von Datenanalysen lassen sich Trends schneller erkennen und personalisierte Marketingstrategien entwickeln. Unternehmen, die auf KI setzen und deren Funktionen direkt in ihrem PIM-System nutzen können, verschaffen sich dadurch einen klaren Wettbewerbsvorteil.

7. WAS SIND ZUSATZNUTZEN, DIE DURCH PIM-SYSTEME ENTSTEHEN?

Ein PIM-System ist weit mehr als nur eine Datenbank. Es ist ein strategisches Werkzeug, das Unternehmen hilft, effizienter zu arbeiten, Kunden besser zu bedienen und schneller auf Marktveränderungen zu reagieren. Die Wahl des richtigen PIM-Systems erfordert jedoch eine sorgfältige Analyse der eigenen Bedürfnisse sowie eine genaue Bewertung der am Markt verfügbaren Lösungen. Ein System, das durch Benutzerfreundlichkeit, Flexibilität und leistungsstarke Funktionen überzeugt und das schnell einzuführen ist, kann

ein entscheidender Erfolgsfaktor sein – sowohl heute als auch in der Zukunft.

Neben der grundlegenden Datenverwaltung bieten moderne PIM-Systeme eine Vielzahl an Zusatzfunktionen, die Unternehmen im Wettbewerb einen entscheidenden Vorteil verschaffen:

- **Workflow-Optimierung:** Automatisierte Prozesse und Freigabemechanismen erleichtern die Zusammenarbeit zwischen Teams und Abteilungen.
- **Datenqualitätsmanagement:** Inte-

gruierte Tools zur Validierung und Optimierung von Produktdaten stellen sicher, dass die Daten stets den hohen Standards entsprechen.

- **Omnichannel-Fähigkeit:** Ein modernes PIM-System unterstützt die nahtlose Bereitstellung von Daten über eine Vielzahl von Kanälen, von Onlineshops bis hin zu Marktplätzen.
- **Analytics und Reporting:** Dashboards und Analysefunktionen helfen dabei, die Performance von Produktdaten zu messen und zu verbessern.



E-COMMERCE: WAS ES 2025 ZU BEACHTEN GILT

Das Jahr 2025 hält für den E-Commerce-Sektor einige Neuerungen und Herausforderungen bereit: Das Barrierefreiheitsstärkungsgesetz und die Produktsicherheitsverordnung setzten in diesem Jahr klare Vorgaben für die Gestaltung von Webpräsenzen und die Bereitstellung von Produkten. Im B2B-Bereich wird die E-Rechnung verpflichtend, was neue Anforderungen an die Rechnungstellung mit sich bringt. Für ältere Shopware-Versionen entfallen Sicherheitsupdates und mit dem ausgelaufenen Support für Shopware 5 rückt die Migration auf Shopware 6 immer mehr in den Fokus. In diesem Artikel werfen wir einen Blick auf die zentralen Themen des Jahres und erklären, wo es für unsere Kunden Handlungsbedarf geben kann.

BARRIEREFREIHEIT FÜR WEBPRÄSENZEN

Barrierefreiheit für Online-Shops und Webseiten ist dieses Jahr in aller Munde, denn ab dem 28. Juni 2025 tritt das Barrierefreiheitsstärkungsgesetz (BFSG) in Kraft. Das BFSG hat das Ziel, die digitale Barrierefreiheit zu verbessern und die diskriminierungsfreie Teilhabe von Menschen mit Behinderungen und Einschränkungen zu fördern. Dafür setzt das Gesetz eine Reihe von Bestimmungen fest, die den gesamten E-Commerce-Sektor betreffen.

Handlungsbedarf besteht für Hersteller, Händler und Importeure von gewissen Produkten (z.B. Hardwaresystemen) sowie für Dienstleister im IT- und Telekommunikationsbereich. Diese Akteure sind ab dem 28. Juni 2025 verpflichtet, ihre Produkte und Dienstleistungen barrierefrei anzubieten. Zu den Anforderungen, die es zu erfüllen gilt, zählen:

- Bedienbarkeit (z.B. Nutzbarkeit ohne Maus)
- Lesbarkeit (z.B. deutliche Farbkontraste)
- Kompatibilität mit assistiven Technologien (z.B. Screen-reader)
- Einfache und verständliche Sprache

In einigen Bereichen gibt es Übergangsperioden von fünf bis fünfzehn Jahren, die es Unternehmen ermöglichen, nötige Anpassungen schrittweise durchzuführen. Dennoch empfiehlt es sich, digitale Barrierefreiheit schon frühzeitig umzusetzen, da sie neben einem Qualitätsvorteil auch einen Wettbewerbsvorteil bedeuten kann.

Wir unterstützen unsere Kunden dabei, die Anforderungen des BFSGs zu erfüllen. Dafür analysieren wir Webseiten und Online-Shops umfassend auf Barrierefreiheit, zeigen konkrete Optimierungspotenziale auf und setzen auf Wunsch die empfohlenen Maßnahmen direkt um – damit digitale Angebote für möglichst viele Menschen zugänglich werden.

PRODUKTSICHERHEITSVERORDNUNG

Die EU-weite Produktsicherheitsverordnung (GPSR) bringt 2025 wichtige Neuerungen für den E-Commerce-Sektor. Seit dem 13. Dezember 2024 in Kraft, stärkt sie den Verbraucherschutz innerhalb der EU und legt strenge Sicherheitsanforderungen für Produkte fest, die auf dem europäischen Markt verkauft werden.

Die Verordnung gilt mit wenigen Ausnahmen für alle Produkte, die für Verbraucher bestimmt sind – wie etwa Fahrräder oder Kleidung – und umfasst auch Gebrauchsgüter. Hersteller, Importeure, Händler und Online-Shop-Betreiber sind nun verpflichtet, ausschließlich sichere Verbrauchsprodukte in Verkehr zu bringen oder bereitzustellen.

Den E-Commerce-Sektor betreffen besonders die in der GPSR enthaltenen Hinweis- und Informationspflichten. Diese legen fest, dass Online-Händler Produktinformationen klar und sichtbar im Angebot präsentieren müssen. Die Produktinformationen umfassen:

- Hersteller-Angaben (z.B. registrierter Handelsname, Postadresse)
- Details zur Produktidentifikation (z.B. Typbezeichnung, Abbildung)
- Warnhinweise und Sicherheitsinformationen

Als Teil der Übergangsregelung dürfen Produkte, die bis zum 12. Dezember 2024 innerhalb der EU in Verkehr gebracht wurden, weiterhin nach den aktuell geltenden gesetzlichen Vorgaben verkauft werden. Dennoch empfiehlt es sich, bereits frühzeitig mit der Anpassung von Onlineshops und Produktangeboten zu beginnen, um einen reibungslosen Übergang und die Einhaltung der Vorschriften sicherzustellen.

Mehr Informationen zu unseren Leistungen finden sich hier:



Mehr Informationen zu unseren Leistungen finden sich hier:





DIGITALER PRODUKTPASS

Ab 2027 ergänzt der digitale Produktpass (DPP) die in der GPSR verankerten Informationspflichten. Der DPP ist Teil der neuen EU-weiten Ökodesign-Verordnung (ESPR) und enthält Informationen zur Herkunft, Zusammensetzung, Reparierbarkeit und Entsorgung von Produkten in einem standardisierten Format. Ziel seiner Einführung ist es, die Transparenz von Produktinformationen zu verbessern und eine nachhaltige Kreislaufwirtschaft zu fördern.

Online-Shop-Betreiber müssen künftig sicherstellen, dass der DPP für betroffene Produkte digital abrufbar ist, beispielsweise durch QR-Codes oder Direktlinks in den Produktangeboten. Händler sollten daher frühzeitig prüfen, wie sie den DPP in ihre Systeme integrieren können. Mit unserer langjährigen Erfahrung im Bereich des Product Information Management (PIM) können wir unseren Kunden bei der Implementierung des DPP helfen.

E-RECHNUNG IM B2B-BEREICH

Mit dem 1. Januar 2025 ist auch im deutschen Geschäftsverkehr eine wichtige Änderung wirksam geworden: die Pflicht zur E-Rechnung im B2B-Bereich. Alle inländischen Unternehmen müssen seitdem in der Lage sein, E-Rechnungen zu empfangen und zu archivieren. Das Ausstellen von E-Rechnungen ist verpflichtend für alle steuerbaren Lieferungen und Leistungen zwischen Unternehmen, die in Deutschland ansässig sind. Während die Regelung grundsätzlich ab 1. Januar gilt, gibt es für Rechnungsaussteller Übergangsfristen bis 2028.

Wichtig zu beachten ist, dass der Begriff E-Rechnung ab sofort klar definiert ist: Er bezeichnet eine Rechnung, die in einem strukturierten elektronischen Format ausgestellt, übermittelt und empfangen wird. Dieses Format entspricht entweder der europäischen Norm EN 16931 oder kann unter bestimmten Voraussetzungen zwischen Rechnungsaussteller und -empfänger vereinbart werden. Eine Rechnung, die lediglich elektronisch übermittelt wird – etwa als PDF per E-Mail – jedoch nicht dem europäischen Format entspricht, wird ab sofort nicht mehr als E-Rechnung, sondern als sonstige Rechnung bezeichnet.

Erlebe grenzenlose Innovation durch die Migration zu Shopware



Bis zu 60%

KEINE SICHERHEITSUPDATES MEHR FÜR SHOPWARE 6.4.0 BIS 6.5.7

Die für Mai 2025 geplante Veröffentlichung von Shopware 6.7 bedeutet gleichzeitig das Ende der Sicherheitsupdates für alle Versionen unter 6.5.7. Diese Änderungen folgen der Shopware Release-Policy, die festlegt, wann neue Versionen erscheinen und wie lange sie unterstützt werden:

- Jährlich erscheint eine neue Major-Version von Shopware 6.
- Jede Major-Version erhält zwei Jahre Support: Davon ein Jahr aktive Wartung inklusive neuer Features und ein Jahr erweiterter Support mit kritischen Sicherheitsupdates.

Für Shopware-Nutzer, die noch eine Version unter 6.5.7 nutzen, wird eine Aktualisierung dringend empfohlen, um das Shopsystem auf dem aktuellen Stand zu halten. Wir beraten und unterstützen unsere Kunden dabei, die nötigen Updates umzusetzen

Mehr Informationen zu unseren Leistungen finden sich hier:



SHOPWARE 5 UND SHOPWARE 6

Mit dem Auslaufen des offiziellen Supports für Shopware 5 im Juli 2024 rückt die Frage einer Migration auf Shopware 6 für viele Kunden immer mehr in den Fokus. Dank der Übernahme des weiterführenden kommerziellen Supports durch den Shopware-Partner Safefive besteht für Shopware 5-Nutzer jedoch auch 2025 kein Grund zur Sorge. Safefive wird für mindestens fünf Jahre Sicherheitspatches und Updates für rechtliche Konformität bereitstellen, was die Sicherheit und

Compliance der E-Commerce-Plattform weiterhin gewährleistet.

Dennoch bringt Shopware 6 im Vergleich zur Vorgängerversion viele technische Innovationen mit sich, für die sich ein Umstieg schon jetzt lohnen kann: Durch seine modulare Struktur und die API-first-Architektur ist Shopware 6 höchst flexibel und skalierbar und kann problemlos an ein wachsendes Sortiment angepasst werden. Mit seinem AI Copilot setzt Shopware zudem auf Künstliche Intelligenz, mit Hilfe derer personalisierte Inhalte generiert, die Produktsuche optimiert und das Datenmanagement verbessert werden. Neue Features wie der Rule Builder und Flow Builder ermöglichen das Erstellen von individuellen Regeln und automatisierten Arbeitsabläufen, um Preise, E-Mails und viele weitere Prozesse flexibel an die eigenen Geschäftsanforderungen anzupassen. Diese und viele weitere Features machen Shopware 6 zur idealen E-Commerce-Plattform für Online-Händler, die eine zukunftssichere, flexible und skalierbare Lösung suchen.

Als erfahrener Shopware-Partner sind wir auf die schnelle und verlustfreie Migration von Shopware 5 auf Shopware 6 spezialisiert. Für einen reibungslosen Wechsel richten unsere Experten zuerst eine separate Shopware 6-Instanz ein, in der Funktionen und Plugin-Kompatibilität angepasst und getestet werden können. Im Anschluss werden Daten und Einstellungen von der älteren Shopware 5-Version übernommen.

Mehr Informationen zu unseren Leistungen finden sich hier:



BIS ZU 20.000 EURO FÜR DIGITALE PROJEKTE NEUE FÖRDERMÖGLICHKEITEN FÜR DEN MITTELSTAND IM SAARLAND

Die saarländische Landesregierung hat ein neues Förderprogramm namens „DigitalInvest KMU“ ins Leben gerufen, um kleine und mittlere Unternehmen (KMU) bei der digitalen Transformation zu unterstützen. Ab Februar 2025 können Unternehmen entsprechende Zuschüsse beantragen.

FÖRDERMÖGLICHKEITEN IM ÜBERBLICK:

- **Basis-Förderung:** Unternehmen können bis zu 12.500 Euro erhalten, um bestehende Geschäftsprozesse zu optimieren. Dies umfasst beispielsweise die Einrichtung eines Online-Shops oder die Verbesserung der Cybersicherheit.
- **Plus-Förderung:** Für fortschrittlichere Projekte, wie die Einführung von KI- oder VR-gestützten Geschäftsmodellen, können bis zu 20.000 Euro beantragt werden. Ein Beispiel hierfür ist die Implementierung von Fernwartungstechnologien.

Es ist wichtig zu beachten, dass Basis- und Plus-Förderung nicht für dasselbe Projekt kombiniert werden können. Allerdings können Unternehmen mehrere Anträge für unterschiedliche Projekte einreichen.

FÖRDERKONDITIONEN:

- **Kleine Unternehmen** (bis zu 50 Mitarbeitende): Die Landesregierung übernimmt 50 % der anfallenden Kosten. .
- **Mittlere Unternehmen** (bis zu 250 Mitarbeitende): Hier werden 30 % der Kosten gefördert.

Der maximale Förderbetrag pro Unternehmen beträgt 20.000 Euro.

ANTRAGSVERFAHREN:

Die Anträge können ab Anfang Februar ausschließlich online gestellt werden.

Das Wirtschaftsministerium bietet dazu zwei Online-Info-termine im Januar an. Mehr Informationen finden Sie auf der Seite des Wirtschaftsministeriums.

BEDEUTUNG FÜR DEN MITTELSTAND:

Dieses Förderprogramm bietet mittelständischen Unternehmen im Saarland die Möglichkeit, ihre digitalen Kompetenzen zu erweitern und wettbewerbsfähig zu bleiben. Durch die finanzielle Unterstützung können sie in moderne Technologien investieren und ihre Geschäftsprozesse effizienter gestalten.

Für weitere Informationen und zur Antragstellung sollten interessierte Unternehmen das Serviceportal nFMI ab Februar besuchen.

Mehr Informationen zu
unseren Leistungen
finden sich hier:



BRUNO ZIMMER - MITTEL ZUM LEBEN

Bruno Zimmer e.K. und IANEO verbindet nicht nur eine langjährige Geschäftsbeziehung, sondern auch der Firmensitz im Saarland. Bruno Zimmer e.K. hat seine Niederlassung in Oberthal und betreibt dort die Produktion und ein Ladengeschäft. Das Unternehmen bietet seine Produkte aber auch über einen Onlineshop an. Geschäftskunden und Endverbraucher können jeweils über einen eigenen Onlineshop bei Bruno Zimmer e.K. bestellen.

Gestartet ist das Unternehmen schon recht früh mit einem Shop für Gewerbetunden, der auf einem veralteten System aufbaute. Als dieses nicht mehr mit den wachsenden Ansprüchen des erfolgreichen Unternehmens mithalten konnte, wechselte Bruno Zimmer e.K. zu Shopware. Die Integration eines Shops für Privatkunden folgte recht bald nach der Einführung von Shopware. Dieser Shop für Endverbraucher ist inzwischen der umsatzstärkste Webshop bei Bruno Zimmer e.K.

Aufgrund des rasanten technologischen Wandels und im Hinblick auf die Zukunftssicherheit der beiden Onlineshops entschied sich Bruno Zimmer e.K. jüngst zur Migration von Shopware 5 auf Shopware 6. Nicht zuletzt trug der auslaufen-

de Support für Shopware 5 durch den Hersteller der Software zur Entscheidung für ein Replatforming mit Shopware 6 bei. Mit Shopware 6 setzt Bruno Zimmer e.K. auf eine Software mit einem aktuellen Technologie-Stack. Eine Investition nicht nur in die Online-Präsenz des Unternehmens, sondern auch in die Zukunft und den geschäftlichen Erfolg der Bruno Zimmer e.K.

Eine Besonderheit des Onlineshops erspart dem Betreiber sehr viel Zeit bei der Erstellung und Pflege der Produktbeschreibungen. Mit Hilfe von KI sind alle Produktbeschreibungen der Onlineshops entstanden - wobei das Sortiment etwa 700 Produkte umfasst.

Für den Onlineshop hat IANEO ein komplett neues Design umgesetzt, individuelle Plugins erstellt und Anpassungen vorgenommen.

Neu implementiert wurde für den Kunden die Funktion des Cross-Selling im Off-Canvas-Cart. Ein echtes funktionales Highlight.

Die Produktbewertungen seiner Kundinnen und Kunden sind dem Unternehmen Bruno Zimmer e.K. außerordentlich wichtig. Die Rede ist hier von Bewertungen im Onlineshop für die Endverbraucher, die sich auf die beeindruckende Gesamtanzahl von insgesamt über 8000 Bewertungen summieren - Stand März 2025. Wurden Produktbewertungen in den Anfangstagen des Onlinehandels von Bruno Zimmer e.K. auch über Bewertungs-Portale gesammelt, hat der Onlineshop diese Funktion mittlerweile komplett übernommen. Eine Besonderheit ist ein Produkt im Sortiment, welches im Onlineshop auf über 1600 Bewertungen kommt - Stand März 2025.

BESTE ZUKUNFTSAUSSICHTEN

Die Bruno Zimmer e.K. ist hochzufrieden mit den beiden Onlineshops auf Basis von Shopware 6. Damit ist das Unternehmen technisch bestens gerüstet für den

Fortschritt im E-Commerce. Themen aus dem Bereich des Digital Marketing, aber auch die vielen Möglichkeiten, welche die KI eröffnet, rücken nun vermehrt in den

Fokus des Interesses des Unternehmens. Diese Themen werden nun mit Shopware 6 weiterverfolgt und zunehmend ausgebaut.

www.brunozimmer.de



„Seit vielen Jahren können wir uns auf das Team von IANEO stets verlassen. Es ist gut zu wissen, dass man in den immer hektischer werdenden Zeiten im Onlinebusiness einen starken und zuverlässigen Partner an seiner Seite hat.“

Frank Zimmer, Geschäftsführer Bruno Zimmer





BORN GMBH: HOCHINNOVATIV, FLEXIBEL, INHABERGEFÜHRT



Die BORN GmbH ist ein familiengeführtes Unternehmen mit Sitz in Saarbrücken. Seit über 75 Jahren ist BORN Partner für Industrie, Handwerk und Handel in den Bereichen Kleben, Verpacken, Arbeitsschutz und Schleifen tätig. Als „3M Premiumpartner Industrie“ kombiniert BORN die Produkt- und Anwendungserfahrung eines globalen Multitechnologiekonzerns mit der Flexibilität eines modernen Mittelständlers.

Das umfangreiche Liefer- und Lagersortiment umfasst Produkte von renommierten Herstellern, um nahezu alle Kundenanforderungen zu erfüllen.

Die Partnerschaft mit 3M ermöglicht es BORN, maßgeschneiderte Lösungen für individuelle Anwendungen zu entwickeln, unterstützt durch Spezialisten in den Entwicklungs- und Beratungsabteilungen von 3M. Diese enge Zusammen-

arbeit gewährleistet eine hohe Lösungskompetenz für vielfältige Aufgabenstellungen in Industrie, Logistik, Handwerk, Handel und Dienstleistung.

Die BORN GmbH legt großen Wert auf persönliche Beratung, schnelle Lieferzeiten und hohe Verfügbarkeit der Produkte direkt aus eigenen Hochregallagern. Als flexibles Familienunternehmen mit jahrzehntelanger Markt-

und Anwendungserfahrung bietet BORN individuelle Schnittstellen, Dispositions- und Shoplösungen für seine Kunden an.

Der Hauptsitz des Unternehmens befindet sich im Gewerbepark Wiesenstraße. In Sachen Digitalisierung ist BORN Vorreiter seiner Branche.

www.BORN-info.de



„QUALITÄT, BERATUNG, SERVICE UND VERTRAUEN – so verstehen wir uns selbst im Verhältnis zu unseren Kunden. Und genau deshalb arbeiten wir mit IANEO Solutions. Dort zählen Augenhöhe, innovative Lösungen und Zuverlässigkeit. Als inhabergeführter Mittelständler mit einer starken Digitalstrategie haben wir mit IANEO auch in Zukunft den richtigen Partner an unserer Seite.“

Heiko BORN, Geschäftsführer, BORN GMBH



Beste Voraussetzungen für erfolgreiche digitale Strategien

Die Redaktion des REPPERT sprach mit Thomas W., der als Projektleiter die Arbeiten am Onlineshop auf IANEO-Seite betreut, über das Projekt.

Der Onlineshop www.BORN-info.de wurde konzipiert für Industrie- und Großkunden. Der Shop kann aber auch von Endverbrauchern genutzt werden. Um den Shop zu befüllen, werden Produktinformationen verschiedener Hersteller, allen voran von 3M, verwendet.

Digitale Zusatzservices und Beratungstools – Kunden kommen so schneller zum passenden Produkt

Diese Daten kommen nicht nur zum Einsatz, um die Produkte darzustellen, sondern auch, um an unterschiedlichen Stellen besondere Serviceleistungen für die Kunden zu bieten.

Unter anderem wurde ein digitaler Produktberater installiert. Dieser hilft Kunden, die bestimmte Anforderungen an ein Klebeband haben, schnell das passende Produkt zu finden.

Der Produktberater stellt verschiedene Fragen zu unterschiedlichen Anwendungsszenarien und erleichtert so das Auffinden der passenden Produkte. Die dafür erforderlichen Produktinformationen werden direkt vom Onlineshop gefiltert und für die Kunden passend zur Verfügung gestellt.

BORN bietet mit einem Klebebandkonfigurator einen weiteren digitalen

Service. Dieser ist gerade in der Integrationsphase. Mit diesem Konfigurator können die Kunden Klebebänder individuell mit Aufdrucken gestalten und bestellen. Damit können eigene Klebebänder entworfen werden. Der Konfigurator überführt die Konfigurationen in eine Angebotsanfrage.

Der Konfigurator bietet eine 3D-Voransicht der Produkte, die einerseits das Produkt an sich, aber auch beispielsweise auf dem Paket anzeigt.

Die technologische Überarbeitung und Einbettung in den aktuellen Shopware 6-Shop dieses Konfigurators, der ursprünglich von einem anderen Anbieter stammt, ist gerade in Planung.

Punch-Out-Anbindung an SAP und KI-gestützte Suche

Aktuell binden wir Großkunden von BORN über Punch-Out* an den Shop an. Dazu wird das SAP der Großkunden so verbunden, dass Produkte direkt im Shop bestellt werden können. Bevor die Bestellung allerdings an den Shop übermittelt wird, durchläuft sie einen gesonderten Freigabeprozess im SAP.

BORN ist Vorreiter der Digitalisierung in seiner Branche. Die Unternehmensführung beschäftigt sich ständig mit neuen Technologien und Trends, um den Kunden herausragende digitale Prozesse und besten Service zu bieten. Aktuell sind bei BORN KI-gestützte Suchalgorithmen ein großes Thema. Wir freuen uns, wenn wir diese Innovationen auch in Zukunft technologisch begleiten dürfen.

* Punch-Out ist eine Form des eProcurement. Es beschreibt eine Art der Katalogbeschaffung, bei der der Einkäufer über sein Beschaffungssystem auf den Online-Shop des Händlers zugreift.





CREATABLE: DIE DIGITALISIERUNGSSTRATEGIE EINES HIDDEN CHAMPIONS DER TISCHKULTUR

CreaTable, ein mittelständisches Unternehmen aus Saarbrücken, hat sich seit seiner Gründung im Jahr 2000 als führender Anbieter hochwertiger Tischkultur etabliert. Mit innovativen Designs und einem starken Fokus auf Marktorientierung beliefert CreaTable sowohl den stationären Handel als auch große E-Commerce-Plattformen. In den letzten Jahren hat das Unternehmen eine umfassende Digitalisierungsstrategie entwickelt, um den Herausforderungen eines sich wandelnden Marktes zu begegnen.

CreaTable zeigt eindrucksvoll, wie mittelständische Unternehmen durch konsequente Digitalisierung nicht nur ihre Wettbewerbsfähigkeit sichern, sondern konsequent neue Marktsegmente erschließen können. Die Integration von KI, Omnichannel-Strategien und automatisierten Prozessen macht CreaTable zu einem digitalen Vorreiter in der Tischkulturbranche. Mit der geplanten B2C-Expansion und der kontinuierlichen Optimierung der digitalen Infrastruktur wird das Unternehmen seine Erfolgsgeschichte fortsetzen.

Digitalisierung als Wachstumstreiber

Die Digitalisierungsstrategie von CreaTable umfasst alle Unternehmensbereiche – von der Produktentwicklung über den Vertrieb, der Bestellabwicklung bis hin zur Kundenkommunikation. Durch Automatisierung und den Einsatz neuer Technologien wie KI und der Implementierung eines PIM-Systems wird das Unternehmen den steigenden Anforderungen des Marktes gerecht.

Automatisierung im Fulfillment und Direktversand

Logistische Effizienz ist ein zentraler Bestandteil der Digitalisierungsstrategie. Di-

gitale Prozesse ermöglichen eine schnelle und effiziente Abwicklung, von der sowohl stationäre Händler als auch Online-Plattformen profitieren.

CreaTable übernimmt zum Beispiel das Fulfillment für Großhandelskunden direkt ab dem firmeneigenen Lager. Dies ermöglicht die schnelle und effiziente Bestückung einzelner Points of Sale. Ein beeindruckendes Beispiel ist die Abwicklung der

Bestellungen in Hochphasen wie dem Weihnachtsgeschäft. An einem Tag werden bis zu 2.000 Einzelaufträge bearbeitet.

Herausforderung Produktdatenmanagement

Im digitalen Marktumfeld von CreaTable steht und fällt alles mit der Bereitstellung der Produktdaten, die sauber, richtig und verlässlich sein müssen. Die Datenpflege ist für das Unternehmen eine große Aufgabe, zumal

viele Hersteller keine sofort verwertbaren Stammdaten zur Verfügung stellen. Die Artikelstammdaten müssen also zu allererst initial erstellt werden. Bei der hohen Zahl an Neuentwicklung kommen stets neue Daten und Produktinformationen hinzu.

CreaTable hat deshalb vor einem Jahr die bisherige Lösung durch ein Product Information Management (PIM-System) abgelöst. Das Unternehmen verwaltet mit



„Effiziente Prozesse und Workflows sind essentiell, um mit den bestehenden Mitarbeitern die immer komplexeren Anforderungen abzudecken.“

Kai Hört, Leiter IT

dem PIM über 5.000 Produkte in rund 400 Designs. Es werden Daten für mehr als 50 Vertriebskanäle vorgehalten. Dabei stellt jeder Kanal spezifische Anforderungen an die Datenstrukturen, so dass individuelle Exportdateien für jeden einzelnen Kanal erforderlich sind.

Gerade die Aufbereitung der Daten für unterschiedliche Handelsplattformen und Einzelhandelspartner stellt eine große Herausforderung dar. Amazon braucht andere Daten als Kaufland oder ein Möbelhausverbund. CreaTable bedient darüber hinaus nicht nur den deutschen Markt, sondern muss die Produktdaten auch für den Vertrieb im europäischen Ausland vorhalten. Besonders herausfordernd ist die Diskrepanz zwischen dem hohen Digitalisierungsgrad bei CreaTable und dem vieler Handelspartner, die die Produktdaten häufig noch händisch pflegen.

Datenqualität als Wettbewerbsvorteil

Eine hohe Qualität der Produktdaten ist für CreaTable entscheidend, um allen Bedingungen der Handelspartner und Großkunden gerecht werden zu können. Kunden wie etwa deutschlandweit verbreitete Discounter erwarten fehlerfreie Produktinformationen bereits Wochen vor der Listung der Produkte in ihren Sortimenten. Bei CreaTable gewährleisten automatisierte Prüfmechanismen im Stammdatenmanagement, dass alle Partner korrekte und konsistente Daten erhalten.

Das PIM-System enthält ein Modul, mit dem die Datenqualität sichergestellt werden kann. Durch regelmäßige, automatisierte Reportings können fehlerhafte

oder unlogische Datenbestände schnell erfasst und am Datenstamm bereinigt werden. Die Berichte ermöglichen auch die Identifikation der Fehlerquelle und gewährleisten so eine nachhaltige Qualitätsverbesserung der Daten.

Omnichannel-Strategie und B2C-Expansion

Neben dem etablierten B2B-Geschäft plant CreaTable die Expansion in den Endverbrauchermarkt. Eine neue Website wurde erstellt, die Integration eines B2C Online-Shops wird folgen. Zunächst wird CreaTable die Wahrnehmung der Dachmarke durch direkte Interaktionen mit Endkunden verstärken.

Mit dem PIM-System wurde bereits für ein Marketing vo-

rausgedacht, das sich direkt an Endkunden richten wird. Es legt die Voraussetzungen für einen B2C-Online-shop. Die im PIM enthaltenen Daten können jederzeit vergleichsweise reibungslos für einen eigenen Webshop genutzt und spezifisch aufbereitet werden. Dies stellt eine erhebliche Flexibilität für die spätere Erschließung neuer Marktsegmente dar.

Strategisches Storytelling und eine KI-generierte Rezeptsammlung flankieren die digitale Marketingstrategie. Social Media, insbesondere Instagram, kommt gezielt zum Einsatz, um zunächst Traffic auf die neue Internetseite zu lenken und ihre Relevanz zu verbessern.

Um die Online-Präsenz weiter auszubauen, setzt CreaTable schon heute auf



„Gut gepflegte und qualitativ hochwertige Datenbestände vermeiden kostspielige Reklamationen, Retouren und schützen uns vor Vertragsstrafen“,

Kai Hört, Leiter IT

A large, rust-colored metal sign with the word "CREATABLE" in white, bold, sans-serif capital letters. In the background, there is a modern building with a blue roof and white walls, and a tall, thin evergreen tree.



„Porzellan ist ein emotionales Produkt.

In Zukunft können wir mit den Produktdaten unseren E-Commerce flexibel planen: Im Shop, im SocialMedia oder auf der Internetseite. Selbst emotional gestaltete und grafisch ansprechende Broschüren oder Angebote können wir effizient und automatisiert erstellen“,

Frank Hoffmann, Leiter eCommerce & Vertriebsinnendienst

Kooperationen mit Influencern wie etwa Grillweltmeistern. Ziel ist es, authentische Produktpräsentationen zu schaffen, die potenzielle Kunden inspirieren.

Parallel dazu wird ein automatisierter Printgenerator getestet. Der Printgenerator ist im PIM-System enthalten und greift direkt auf die Produktdatenbestände zu. Dadurch wird sichergestellt, dass die Daten korrekt und konsistent über alle Kommunikationskanäle hinweg genutzt werden können.

Künstliche Intelligenz als sinnvolle Ergänzung für standardisierte Aufgaben

CreaTable setzt in seiner Strategie schon seit längerem auf Künstliche Intelligenz (KI). Produktbeschreibungen und Bilder werden KI-gestützt erstellt, was die Effizienz erheblich steigert. Ohne diese Technologie könnte das Unternehmen die steigende Nachfrage nicht mehr bedienen. Zudem werden KI-gestützte Übersetzungen genutzt, um internationale Märkte zu erschließen. Erste Tests mit Text-to-Speech-Technologien für automatisierte Produktvideos laufen bereits.

Die Erstellung der Voiceovers für die Videos sind noch nicht immer ganz zufriedenstellend, kommen aber immer häufiger gerade für Plattformen wie z. B., Amazon zum Einsatz. Für die Erstellung werden Standard-Produkttexte verwendet, die zuvor



„Wir wollen unsere Prozesse deutlich verbessern und digitaler machen, um unseren Außendienst zu entlasten. Die digitale Produktpräsentation beim Kundengespräch vor Ort ist ein Beispiel dafür“,

Klaus Stöckl, Gesamtvertriebsleiter bei CreaTable

ebenfalls durch die im PIM-System enthaltene KI erstellt werden.

Das PIM-System ist in der Lage, die Daten umfangreich für die Nutzung mit KI aufzubereiten und pflegbar zu machen. So liefert das PIM eine konsistente Datengrundlage, die der KI ausreichend Informationen zur Verfügung stellt. Nur so kann gewährleistet werden, dass z. B. Produktbeschreibungen korrekt von der KI ausgegeben werden.

Letztlich werden die Texte und Beschreibungen für den Einsatz der Daten im Ausland mit KI übersetzt.

Die KI-Strategie wird hauptsächlich genutzt, um standardisierte Aufgaben, für die infolge des Fachkräftemangels die Ressourcen fehlen, zu erledigen. Die Erstellung von Produktbeschreibungen und Produktbildern ist nur ein Beispiel dafür.

Zukunftsvision: CreaTable in fünf Jahren

CreaTable sieht die Zukunft in der weiteren Automatisierung interner Prozesse, ohne dabei die menschliche Kreativität zu vernachlässigen.

Die Vision umfasst sowohl den verstärkten Einsatz von Chatbots, um den Kundenservice und die Bearbeitung von Reklamationen effizienter zu gestalten, wie auch die Verbesserung der Services im Bereich des Auftragsmanagements. Ein wichtiger Bestandteil der künftigen Strategie ist die intelligente Nutzung der vorhandenen Datenbestände, um Verkaufszahlen besser messbar zu machen. Umsatzpotenziale können so schneller und effizienter erkannt und nutzbar gemacht werden.

Basierend auf Absatzzahlen sollen insbesondere Großkunden individueller beraten werden. Kundenreportings sollen verbessert werden,

um den Handelspartnern die passenden Daten für eine optimierte Disposition bereitzustellen.

Ein Beispiel: Manche Produkte verkaufen sich in manchen Regionen besser als andere. Diese Informationen könnten Kunden bei der Ausrichtung ihrer Sortimente helfen, um Umsätze zu steigern.

Ein anderer Ansatz ist es, Produktinformationen direkt am Produkt verfügbar zu machen, um Mehrwerte wie digitale Service- und Beratungsleistungen zu ermöglichen.

Während CreaTable seinen Weg der Digitalisierung konsequent weitergeht, ist es dem Unternehmen wichtig, dass Mitarbeitende, Kunden und Partner in diesen Prozess mitgenommen werden und sich nicht überfordert fühlen. Der Mensch wird trotz aller Automatisierung weiterhin eine zentrale Rolle spielen, denn Geschirr ist ein emotionales Produkt, das durch Kreativität und Storytelling geprägt bleibt.





Barrierefreiheit für Onlineshops und Webseiten



Ein Themenabend der IANEO Solutions GmbH

„Barrierefreiheit – Der Schlüssel zu inklusiver Digitalisierung“

Bedingungen, Herausforderungen und Praxistipps.

➔ Donnerstag, 8. Mai 2025 | 17:00 – 20:00 Uhr | Forum IANEO

DAS TOP THEMA BIS ZUM SOMMER 2025 FÜR BETREIBER VON ONLINESHOPS UND INTERNETSEITEN

BARRIEREFREIHEIT IM E-COMMERCE: PFLICHT UND CHANCE FÜR ONLINE-HÄNDLER

Die digitale Barrierefreiheit gewinnt im E-Commerce zunehmend an Bedeutung. Mit dem Barrierefreiheitsstärkungsgesetz (BFSG) wird es ab dem 28. Juni 2025 für alle Hersteller, Händler und Importeure im IT- und Telekommunikationsbereich verpflichtend, ihre Online-Angebote barrierefrei zu gestalten. Dies betrifft insbesondere Onlineshops, die für Menschen mit körperlichen, sensorischen oder kognitiven Einschränkungen uneingeschränkt zugänglich sein müssen.

WAS BEDEUTET DIGITALE BARRIEREFREIHEIT?

Barrierefreiheit, im Englischen „accessibility“, bedeutet, dass alle digitalen Inhalte und Dienstleistungen für alle Nutzer gleichermaßen zugänglich

und bedienbar sind. Dies schließt die Nutzung von Hilfsmitteln wie Screenreadern für sehbehinderte Personen ein. Ziel ist es, die Wahrnehmbarkeit,

Bedienbarkeit, Verständlichkeit und Robustheit von Webseiten sicherzustellen.

WER IST BETROFFEN?

Das BFSG betrifft alle Anbieter im E-Commerce-Sektor, unabhängig von der Unternehmensgröße. Lediglich Kleinstunternehmen mit weniger als zehn

Beschäftigten und einem Jahresumsatz unter zwei Millionen Euro sind von den Dienstleistungspflichten ausgenommen. Für Hersteller und Händler von

Produkten gelten jedoch keine Ausnahmen; sie müssen die Barrierefreiheitsanforderungen ebenfalls erfüllen.

WELCHE BESTIMMUNGEN SIND EINZUHALTEN?

Die zentralen Richtlinien für die digitale Barrierefreiheit sind:

- **Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) 2.2:**
Diese Richtlinien definieren Anforderungen in den Bereichen Wahrnehmbarkeit, Bedienbarkeit, Verständlichkeit und Robustheit von Webinhalten.

derungen in den Bereichen Wahrnehmbarkeit, Bedienbarkeit, Verständlichkeit und Robustheit von Webinhalten.

- **Barrierefreie-Informationstechnik-**

Verordnung (BITV) 2.0:

Sie setzt die EU-Norm EN 301 549 um und ergänzt die WCAG um spezifische Anforderungen für Deutschland.

VORTEILE EINER FRÜHZEITIGEN UMSETZUNG

Unternehmen, die bereits vor dem Stichtag 2025 ihre Webseiten barrierefrei gestalten, profitieren von:

- **Erweiterter Kundenkreis:**
Barrierefreie Webseiten sind für alle Nutzergruppen zugänglich, was die

Reichweite erhöht.

- **Verbesserte Nutzererfahrung:**
Eine klare und verständliche Gestaltung kommt allen Nutzern zugute.
- **Suchmaschinenoptimierung (SEO):**
Barrierefreie Webseiten werden von

Suchmaschinen oft besser bewertet.

- **Rechtliche Sicherheit:**
Frühzeitige Anpassungen minimieren das Risiko von Sanktionen bei Nichteinhaltung der gesetzlichen Vorgaben.

ÜBERPRÜFUNG UND KONSEQUENZEN BEI NICHT-EINHALTUNG

Die Einhaltung der Barrierefreiheitsanforderungen wird durch zuständige Behörden überprüft. Bei Verstößen drohen Bußgelder und rechtliche Schritte. Es ist daher essenziell, die gesetzlichen Vorgaben ernst zu nehmen und umzusetzen.

Die Umsetzung der digitalen Bar-

rierefreiheit im E-Commerce ist nicht nur eine gesetzliche Verpflichtung, sondern bietet auch zahlreiche Vorteile für Unternehmen und Nutzer. Ein barrierefreier Onlineshop verbessert die Nutzererfahrung, erweitert die Kundenbasis und stärkt die Position im Wettbewerb. Unternehmen sollten die

verbleibende Zeit bis zum Inkrafttreten des Gesetzes nutzen, um ihre digitalen Angebote entsprechend anzupassen. IANEO hat besondere Kompetenzen zu dem Thema aufgebaut.

Mehr Informationen zu unseren Leistungen finden sich hier:



Unseren Podcast zu dem Thema finden sich hier:



BARRIEREFREIE ONLINESHOPS MIT SHOPWARE

Das Barrierefreiheitsstärkungsgesetz (kurz BFSG) tritt am 28.06.2025 in Kraft. Dadurch wird die Teilhabe von Menschen mit körperlichen und geistigen Beeinträchtigungen am gesellschaftlichen Leben im Bereich der Digitalen Medien gestärkt. Auch das Internet soll im Rahmen des BSFG für diese Personen leichter zugänglich und somit besser nutzbar werden. Deshalb sollten sich Onlinehändler mit dem Thema vertraut machen. In diesem Artikel beleuchten wir, was Shopware in Sachen Barrierefreiheit aktuell schon macht und was geplant ist

WIE IST DER STAND DER DINGE IN SACHEN

BARRIEREFREIHEIT VON SHOPWARE-SHOPS?

Shopware plant umfangreiche Maßnahmen zur Verbesserung der Barrierefreiheit, um den Anforderungen des Barrierefreiheitsstärkungsgesetzes gerecht

zu werden. Das Unternehmen hat sich das ehrgeizige Ziel gesetzt, noch vor der gesetzlich vorgeschriebenen Frist vollständig vorbereitet zu sein, sodass

Händler die notwendigen Anpassungen ohne Zeitdruck umsetzen können.

SHOPWARES VERPFLICHTUNG ZUR BARRIEREFREIHEIT

Das Ziel von Shopware war es, alle Anforderungen der WCAG 2.1 AA bis Ende des Jahres 2024 zu erfüllen und so eine vollständige Konformität mit den Richtlinien zu erreichen. Dies beinhaltet auch umfangreiche Schulungen der Mitarbeiter und ausgiebige Softwaretests, die gemeinsam mit be-

einträchtigten Personen durchgeführt werden.

Shopware-Nutzer verfügen schon jetzt über ein Update, welches durch die Umsetzung der WCAG 2.1 AA barrierefreie Onlineshops fördert und Onlinehändler dabei unterstützt, entspre-

chende Anpassungen vorzunehmen. Für Shopware 6 gibt es mittlerweile auch ein Plugin, welches die Barrierefreiheit von Onlineshops unterstützen kann: "Barrierefrei Hilfswerkzeuge". Es empfiehlt sich jedoch, dieses Plugin vorab zu testen, um zu sehen, wie groß der zusätzliche Nutzen für die User ist.

Die Verbesserung der Barrierefreiheit ist nicht nur eine gesetzliche Pflicht, sondern auch eine Chance, die Zugänglichkeit und Benutzerfreundlichkeit für alle Nutzer zu erhöhen. Mit den geplanten Maßnahmen und den praktischen Tipps können Shopware-Nutzer proaktiv die notwendigen Anpassungen vornehmen und sich auf eine inklusive Zukunft vorbereiten. Ganz nebenbei verbessern sie dadurch auch die Usability ihrer Shops für alle Kunden.



01





IANEO GIBT SICH EINE NEUE INTERNETSEITE

Seit Ende 2023 haben wir alle Kompetenzen im Haus, um Webpräsenzen mit WordPress von Grund auf aus einer Hand aufzubauen und neu zu erstellen. Für verschiedene Kunden haben wir in den letzten Monaten an Internetseiten gearbeitet. Es gab umfassende Projekte in den Bereichen Migration und Relaunch, aber auch Barrierefreiheit von Internetauftritten, die wir nach unseren Audits aufs nächste Level gebracht haben. Der neue Geschäftsbereich ist also in Gang gebracht.

Nunmehr haben wir entschieden, die eigenen Kräfte zu nutzen und IANEO eine komplett neu programmierte Internetseite zu geben. Dazu werden zum ersten Mal alle Experten im Haus an einem WordPress-Groß-Projekt zusammenarbeiten.

Die Aufgabe ist keine geringere, als das Konzept, die Inhalte, das Design und die Technik der IANEO-eigenen Seite von Grund auf zu erneuern.

Die Webabteilung hat dazu all ihre Kräfte aus CMS-, Front- und Backend Developern, SEO-Experten und Designern gebündelt. Es wurde ein großes Budget an internen Stunden und ein umfassender Projekt- und Zeitplan erstellt.

Die Arbeiten sind schon in vollem Gang. Wenn der Zeitplan eingehalten werden kann, haben wir bis zum Frühsommer eine fertige neue Seite. Alle Beteiligten arbeiten eigenverantwortlich

und geben ihr Bestes, um die neue Seite zügig auf den Weg zu bringen.

Ausgehend von der bestehenden Struktur der Seite werden wir unseren Auftritt erneuern und vor allem den neuen Anforderungen an KI-Suchoptimierungen und Barrierefreiheit anpassen.

Am Projekt beteiligt sind (die Rollenverteilung wurde nach einem klassischen Kundenprojekt angelegt)

Auftraggeber, Bedarfsermittlung | Entscheidungsträger:

Tom D., Michèle Z, Sebastian P.

Projektmanagement:

Bernd, Manuel W.

Content:

Michèle Z., Sebastian P., Viktoria

Design:

Michèle K. und Andy

Frontendentwicklung:

Michèle K., Andy und Martin W.

Backendentwicklung | DevOps:

Manuel W. und Viktoria

SEO | Weiterleitungskonzepte | Marketing:

Anna, Philipp H. und Michèle Z.

Datenschutz | Rechtstexte:

Philipp H.

ERZÄHL MAL....

In der neuen Folge unseres Podcasts von IANEOS für IANEOS könnt ihr Tom dieses Mal in einer ganz neuen Rolle erleben. Dieses Mal wird nämlich er interviewt und zwar von Mark F.

Mark, der selber erst seit drei Monaten bei IANEO ist, hat alles gegeben, um Erkundigungen über Tom einzuziehen und das Interview mit ihm sehr gründlich vorbereitet.

Freut euch auf spannende Einblicke in Toms Weg zu IANEO, wie er unsere Firma erlebt, sowie seine Leidenschaft für gute IANEO-Kommunikation.

Hier geht es zur neuen Folge:



INNOVANEО - MIT INNOVATIONSGEIST

Mit InnovANEО starten wir dieses Jahr eine große Innovationsinitiative. Die Jahresumfrage 2024 hat ein starkes Interesse an innovativen und zukunftsorientierten Themen gezeigt – und das wollen wir mit InnovANEО fördern!

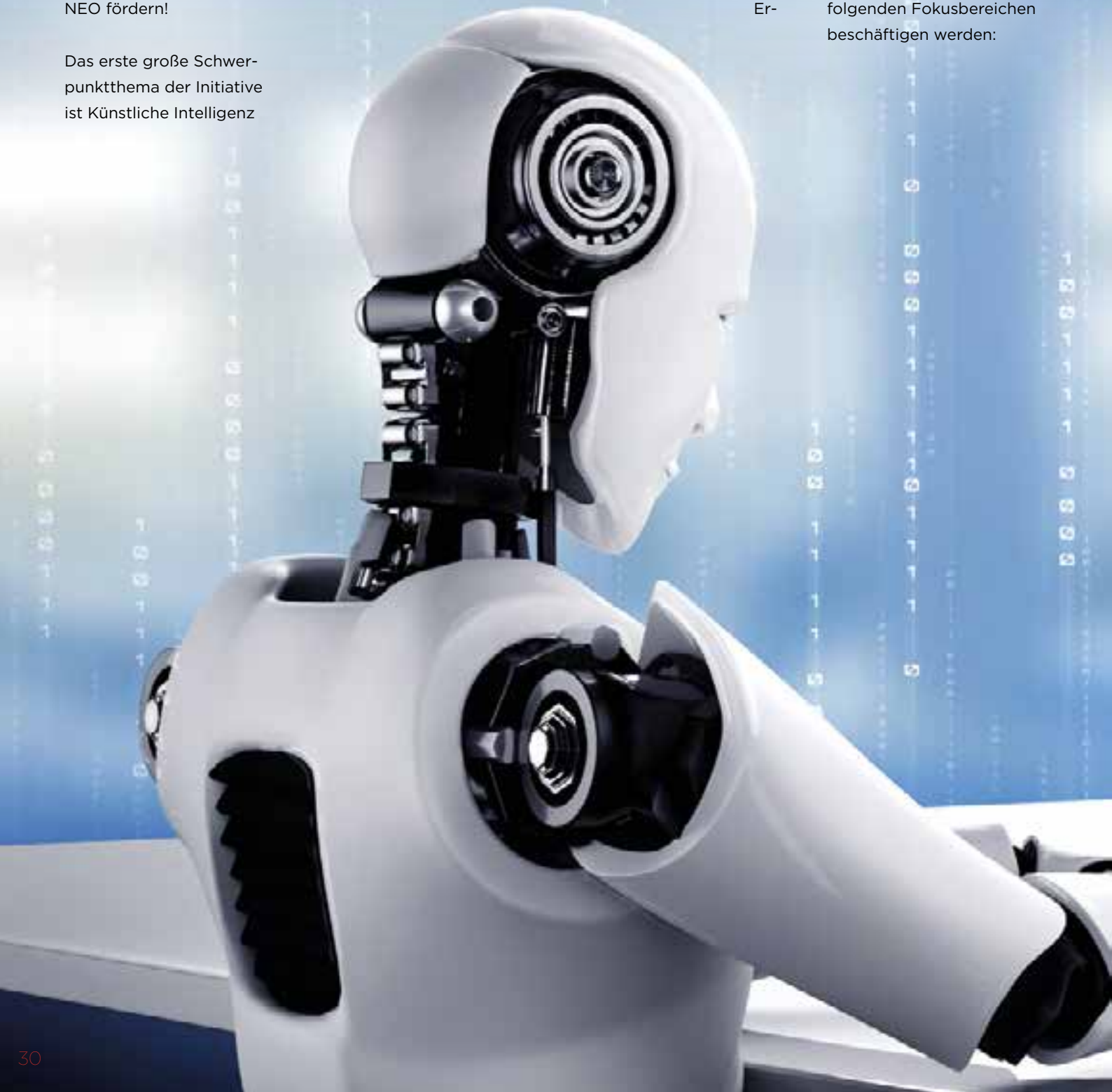
Das erste große Schwerpunktthema der Initiative ist Künstliche Intelligenz

(KI): Gemeinsam wollen wir erkunden, wie wir KI in unserem Unternehmen nutzen können, um unsere Prozesse effizienter zu machen, neue Geschäftsmöglichkeiten zu er-

schließen und daraus auch neue Mehrwerte für unsere Kunden abzuleiten.

Zum Auftakt fanden sich am 27.01.2025 über 20 motivierte IANEОs zusammen, um sich über Er-

fahrungen, Anwendungsfelder und Herausforderungen beim Einsatz von KI auszutauschen. Es wurde außerdem die Gründung von drei spezialisierten KI-Taskforces beschlossen, deren Mitglieder sich künftig mit folgenden Fokusbereichen beschäftigen werden:



INS NEUE JAHR!

1. **KI-Taskforce Programmierung:** Nutzung von KI in der Programmierung
2. **KI-Taskforce Produkte:** Entwicklung von KI-gestützten Produkten

3. **KI-Taskforce Daily-Business:** Nutzung von KI in täglichen Prozessen und Abläufen

Alle IANEOs sind darüber hinaus herzlich eingeladen, ihre Ideen rund um KI einzubringen und an die Taskforces heranzutreten – denn Innovation entsteht bei uns gemeinsam!

DIE WOCHE DER KI

Ab dem 19. Mai werden wir eine Woche der KI ausrufen.

Schwerpunkt der Woche wird die Darstellung der ersten Ergebnisse aus den Arbeitsgruppen sein. Diese Inhalte stellen wir euch über das ISI zur Verfügung, so dass ihr alle einen dauerhaften Zugriff darauf habt.

Es wird dafür gesonderte Themenbereiche geben, die die Arbeitsgruppen nach und nach mit weiteren Inhalten füllen werden.

Im Moment sind wir in der Planungsphase. Weitere Infos folgen zeitnah übers ISI.

Falls ihr Ideen habt, was man in die Woche noch packen könnte (z. B. KI-generierte Currywurst-Saucen-Rezepte oder andere interessante Anwendungsszenarien von KI: Wendet euch an die Redaktion des REPERT)



n

STARKE 
ARBEITGEBER
NACHHALTIG | ERFOLGREICH | LEBENSPHASENORIENTIERT

Einstieg

k: USP

Hier geht es
zum Eventfilm



STARKE ARBEITGEBER

NACHHALTIG | ERFOLGREICH | LEBENSPHASENORIENTIERT

ERSTES NETZWERKTREFFEN: EIN GELUNGENER AUFTAKT FÜR ZUKUNFTSWEISENDE UNTERNEHMENSNETZWERKE

Das erste große Netzwerktreffen fand am 20. Februar in der IHK statt. Dort haben wir die Gelegenheit genutzt, um Ziele und Statuten des Netzwerks vorzustellen und weitere Unternehmen von der Idee zu begeistern.

Über 50 Personen waren angemeldet. Bei dem etwa 3,5-stündigen Treffen wurden ganz konkrete Ergebnisse erzielt und vor allem weitere Ansatzpunkte erarbeitet, was die Unternehmen gerne als Projekte angehen würden.

Dazu trafen sich zahlreiche Vertreterinnen und Vertreter aus Unternehmen im Saarland, um gemeinsam praxisnahe und mehrwertorientierte Ansätze für aktuelle Herausforderungen im Arbeitsmarkt zu diskutieren. Die Veranstaltung stand ganz im Zeichen von Modernität, Praxisnähe und zukunftsorientierten Strategien.

Bereits zu Beginn des Treffens sprachen die anwesenden Teilnehmer ihre Begeisterung aus. Die Veranstaltung beeindruckte mit kreativen Ideen, hoher Energie und einem inspirierenden Spirit. Die engagierte Teilnahme der Unternehmensvertreterinnen und -vertreter sorgte für einen intensiven Austausch und verdeutlichte, wie wichtig es ist, gemeinsam nachhaltige Lösungen zu entwickeln.

Im Mittelpunkt der Diskussionen standen zentrale Themen wie familien-

freundliche Unternehmensstrukturen, lebensphasenorientierte Personalpolitik sowie nachhaltige Unternehmensführung. Es wurde intensiv darüber gesprochen, wie Arbeitgeber im Saarland den Anforderungen eines dynamischen Arbeitsmarktes gerecht werden und gleichzeitig den Herausforderungen des Personalmangels begegnen können. Die zahlreichen Impulse und praxisnahen Beispiele zeigten, dass viele Unternehmen bereits auf einem guten Weg sind, innovative Arbeitsmodelle zu etablieren.

Das Netzwerk hat es innerhalb kurzer Zeit geschafft Unternehmerinnen und Unternehmer sowie HR-Verantwortliche für das Netzwerk zu begeistern. Die professionelle Prozessbegleitung durch Simona Kirsch tut ihr Übriges, um das Netzwerk zu einem inspirierenden Verbund von Unternehmen werden zu lassen, die mit anderen gemeinsam die Exzellenz im Employer Brand für das eigene Unternehmen aber auch das Saarland als Standort zu fördern.

Das Netzwerktreffen machte deutlich: Nur durch aktives Mitwirken und den offenen Austausch können zukunftsorientierte Konzepte erfolgreich umgesetzt werden. Der positive Auftakt lässt auf weitere, konstruktive Zusammenarbeit hoffen – gemeinsam soll der Weg in eine familienfreundliche und nachhaltige Arbeitswelt weiter beschritten werden.





ÜBER DAS NETZWERK „STARKE ARBEITGEBER“

Im letzten Jahr haben wir mit der IHK Saarland das Netzwerk STARKE ARBEITGEBER gegründet. Die ursprüngliche Idee stammt von Tom. Bisher gab es bereits zwei Vorbereitungstreffen im Forum bei IANEO.

Wir haben dem Entstehungsprozess bewusst Raum gegeben, damit sich die Strukturen gut bilden und das

Netzwerk gut geplant werden kann – mit Erfolg.

Jetzt nimmt es an Fahrt auf. Das Netzwerk steht allen Unternehmen offen, die keine (Personal)-Beratung anbieten und mindestens drei Mitarbeitende haben.

Alleinstellungsmerkmale des Netzwerks:

- ☑ Lebendiges Ökosystem mit starker Vernetzung
- ☑ Vereinbarkeit von Berufs- und Privatleben als Schlüssel zur Arbeitgebermarke
- ☑ Aktiver Wissensaustausch und nachhaltiger Nutzen

STARKE ARBEITGEBER

NACHHALTIG | ERFOLGREICH | LEBENSPHASENORIENTIERT

Das Netzwerk „Starke Arbeitgeber“ ist ein praxisbezogenes und an Mehrwerten ausgerichtetes Unternehmensnetzwerk im Saarland. Es geht aus einer Initiative von Wirtschaftsunternehmen und der IHK Saarland hervor. Dabei stehen die Unternehmen als Arbeitgebende mit ihren Bedürfnissen und Herausforderungen im Fokus. Das Netzwerk will dazu beitragen, die Fachkräftesicherung am Wirtschaftsstandort Saarland zu fördern und seine Mitgliedsunternehmen stark

für die Herausforderungen des Strukturwandels in unserem Bundesland zu machen.

Es steht Unternehmen aller Branchen und Größen offen, arbeitet selbstorganisiert nach agilen Methoden und folgt dem Prinzip der Teilhabe und Partizipation. Das Netzwerk steht nur Arbeitgebenden offen, die eine Mindestzahl von drei Mitarbeitenden haben. Es geht explizit nicht darum,



WIR SIND: INNOVATION MEMBER OF THE YEAR 2024



In jedem Jahr vergibt das East Side Fab einen Preis, um das besondere Engagement einzelner Mitglieder besonders hervorzuheben. Dabei werden Kriterien herangezogen, die belegen, wie stark sich ein Mitglied ins Vereinsleben einbringt, welche Innovationsthemen aktiv vorangetrieben werden (im Bereich Veranstaltungen, Innovationsprojekte und Leuchttürme) und wie dadurch der ganze Verein und somit die regionale Innovation Community neue Impulse erhält.

Die Jury besteht aus der Geschäftsführung und dem Vorstand des Vereins.

Bei der letzten großen Zusammenkunft in der East Side Fab, bei der auch das 5-jährige Bestehen gebührend gefeiert wurde, waren wir nicht wenig überrascht, als IANEO diesen Preis erhalten hat.

Wir freuen uns sehr über die Wertschätzung, die damit verbunden ist und sagen an dieser Stelle nochmals ganz herzlich „Danke“ für die schöne Anerkennung.

Über das East Side Fab

Der East Side Fab e.V. ist ein im Jahr 2019 gegründeter Verein mit Sitz in Saarbrücken, der als Innovationsbeschleuniger für Unternehmen in der Region fungiert. Seine Mission besteht darin, Unternehmen dabei zu unterstützen, aus Ideen nachhaltige Erfolge zu generieren. Als interdisziplinärer Knotenpunkt bietet der Verein Raum und Netzwerk für Innovationen und fördert die Zusammenarbeit zwischen Wirtschaft und Wissenschaft.

Der Fokus liegt auf der Umsetzung branchenübergreifender Innovationsprojekte und der Entwicklung neuer Produkte sowie Lösungen im Bereich der Zukunftstechnologien. Durch die Förderung von Kooperationen zwischen Industrie, Mittelstand und Start-ups trägt das East Side Fab dazu bei, den Wandel gemeinsam zu meistern und die Grundlagen für zukünftigen Erfolg zu legen.

IANEO ist seit 3 Jahren mit dabei. Wir freuen uns über diese Mitgliedschaft, denn sie bringt uns immer wieder neue Impulse und bietet uns einen Raum für Netzwerken und Austausch. Für die kommende Zeit sind einige Kooperationen geplant. Auch unser neues Unternehmens-Netzwerk STARKE ARBEITGEBER wird von East Side Fab unterstützt und gefördert.





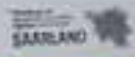
**Innovation
Member.
2024**
by East Side Fab.

IANEO Solutions GmbH



"Innovation Member of the Year 2024" wird verliehen aufgrund folgender Leistungen:
Management bei der Initiierung des Messeformats IT.CON
Events & Workshops im Kontext Innovation, Empowerment
Förderung des Vereins East Side Fab in- und außerhalb der Mitglieder-
schaft
Werk "Starke Arbeitgeber" in der Region
Innovative Unternehmenskultur und Chancengerechtigkeit
(Diese Auszeichnung)

[Signature]



**East Side
Fab.**

**Innovation Member
of the Year
2024**



NEUES JAHR - NEU

Zum Jahresstart haben die IANEOs Zuwachs bekommen.

Seit Januar verstärken uns Mark und Viktoria in der Abteilung Web Applications & E-Commerce – Mark als Web Developer und Viktoria als Junior Content Manager.

Viktoria unterstützt außerdem die Abteilung Communication & Marketing bei der Erstellung von tech-

INTERVIEW MIT MARK

Hi zusammen, mein Name ist Mark Fekete, ich bin 43 Jahre alt, verheiratet und Vater von zwei Kindern (Jungs, 10 und 14 Jahre alt). Ich komme aus Saarbrücken, genauer gesagt aus Fechingen.

Was hast du bisher beruflich gemacht?

Ich habe Informatik an der HTW studiert. Nach einem kurzen Ausflug in die Spieleentwicklung bin ich bei Xtramind, später Sematell, gelandet und habe dort 20 Jahre lang gearbeitet. Als Java-Entwickler war ich auf die Integration von Drittsystemen (wie CRM/ERP, Archiv- und Dokumentensysteme) spezialisiert und habe kundenspezifische Reports entwickelt. In den letzten fünf Jahren habe ich zusätzlich die Rolle des Teamleiters übernommen.

Beschreibe dich doch mal in ein paar Stichworten.

wissbegierig, schwerhörig, ungeduldig, kritisch, direkt, ehrgeizig, verantwortungsbewusst, empathisch, humorvoll, positiv, Teamplayer

Was sind deine Interessen / Hobbies?

In meiner Freizeit interessiere ich mich für Fotografie, Gaming (früher PC, heute eher Nintendo) und Bücher – insbesondere Fachbücher (Softwareentwicklung und -architektur), Populärwissenschaftliches und Themen zur persönlichen Entwicklung. Ich konsumiere sehr gerne Podcasts, Serien und Filme. Außerdem versuche ich, mich fit zu halten (Gym, Joggen, Yoga) und gesund zu ernähren, wobei das mal mehr, mal weniger erfolgreich ist.



E I A N E O S

nischen Whitepapers und anderen Expert-Inhalten, mit denen wir für unsere Kunden und Interessenten Mehrwerte bieten wollen.

Wir sagen herzlich willkommen und freuen uns riesig, dass ihr mit an Bord seid!
Im Interview könnt ihr die beiden näher kennenlernen.

INTERVIEW MIT VIKTORIA

Hi, ich bin Viktoria, 29 Jahre alt und wohne in St. Wendel.

Ich komme ursprünglich aus Österreich, fühle mich nach fünf Jahren im Saarland hier aber schon sehr „dahemm“.

Was hast du bisher beruflich gemacht?

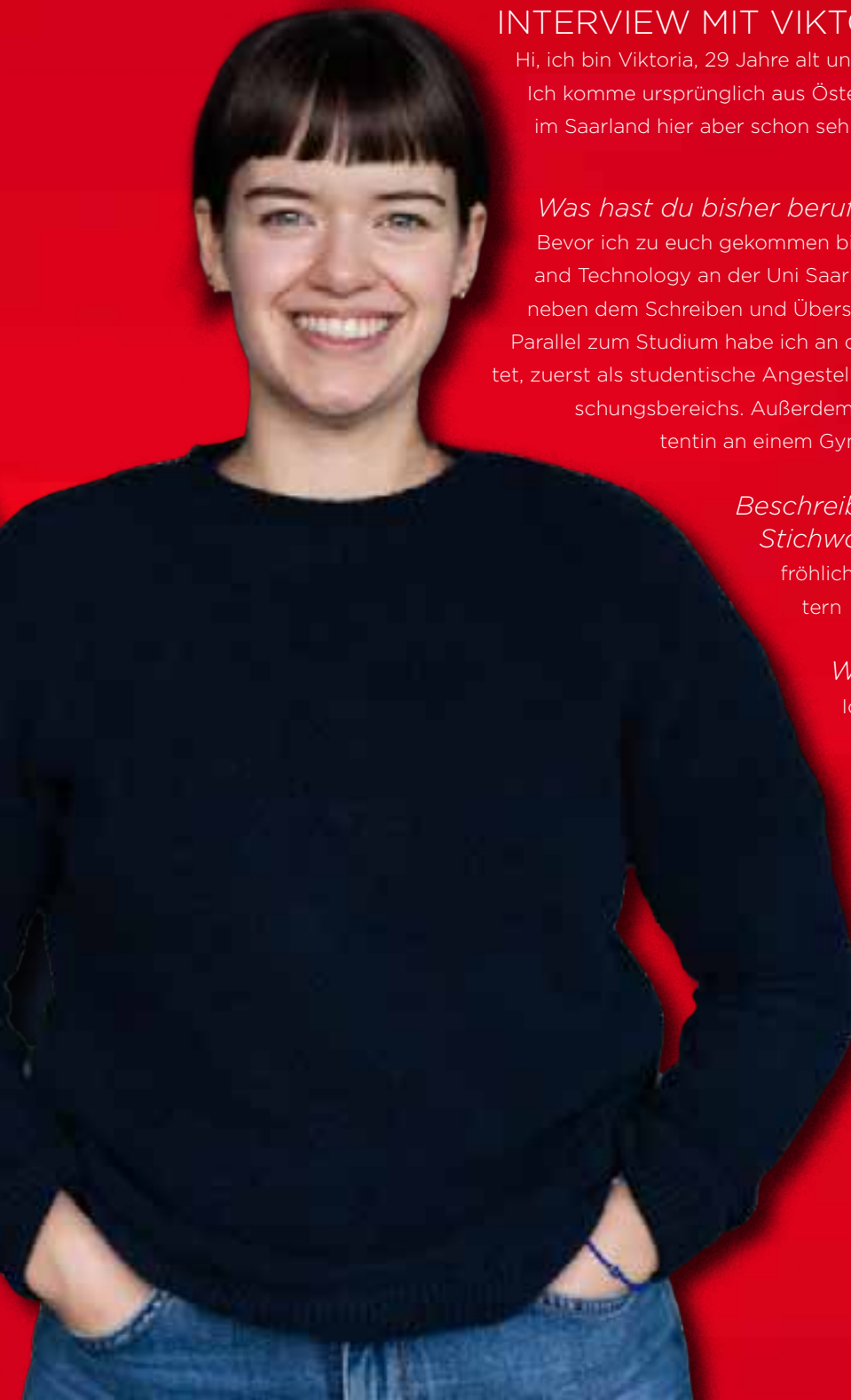
Bevor ich zu euch gekommen bin, habe ich meinen Master in Translation Science and Technology an der Uni Saarland gemacht. Dort habe ich entdeckt, dass mir neben dem Schreiben und Übersetzen auch das Programmieren viel Spaß macht. Parallel zum Studium habe ich an der Uni im Wissenschaftsmanagement gearbeitet, zuerst als studentische Angestellte, später als Koordinatorin eines Sonderforschungsbereichs. Außerdem habe ich neun Monate lang als Deutschassistentin an einem Gymnasium in Frankreich gearbeitet.

Beschreibe dich doch mal in ein paar Stichworten:

fröhlich, neugierig und ich kann mich für Vieles begeistern

Was sind deine Interessen / Hobbies?

Ich koche (und esse) sehr gerne und verbringe zu Hause viel Zeit im Garten, wo ich Kräuter und ein bisschen Gemüse anpflanze. Kreative und handwerkliche Projekte wie Nähen, Stricken oder Töpfern machen mir auch immer Spaß. Ansonsten gehe ich gerne bouldern, ins Kino oder stöbere auf Flohmärkten nach neuen (alten) Schätzen.



ÄNDERUNGEN IN DER FACHLAUFBAHN

Seit dem letzten Jahr haben sich nicht wenige von euch in der Fachlaufbahn weiterbewegt.
Hier ein Überblick



STEPHAN

wurde vom Junior Web Developer
zum Software Test Engineer



ANGELINA

wurde von Junior Web Developer
zu Web Developer



NICO

wurde von Junior Web Developer
zu Web Developer



SEBASTIAN

wurde von Junior Marketing Manager
zu Marketing Manager



MANUEL

wurde von Junior Software Developer
zu Software Developer



MOHSEN

wurde von Junior Software Developer
zu Software Developer



ALEXANDER

wurde von Junior Software Developer
zu Software Developer



PHILIPP

wurde vom Software Developer
zum Senior Software Developer

SBR-061224-STDO30, DER GEHEIMCODE ZUM ABROCKEN! LEIDER GIBT ES KEIN FELD, IN DEM SICH DIESER GEHEIMCODE EINGEBEN LIESSE - DIE VERANSTALTUNG IST NÄMLICH BEREITS VORBEI!



Am 06.12. fand in der Mainzerstraße ein ganz besonderes Event statt! Gleich 3 Bands mit IANEO-Besetzung brachten an dem Abend die Wände des Studio30 zum Beben! Den Tanz eröffnet hat InfiNight, featuring Marco Grewenig an E-Gitarre und Backing-Vocals. In klassischer Metalbesetzung hatten die 5 Bandmitglieder das Eis gebrochen und mit schnellen Rhythmen, fetzigen Gitarrenriffs und glasklaren Vocals dem Publikum eingeheizt. Druckvolle Powermetal-Klänge kontrastierten hervorragend mit diversen Gitarrensoli und Martin Kleins oft in hohen Lagen gesungenen, anspruchsvollen Songtexten. Ihre langjährige Bühnen-

erfahrung durch eigene Liveauftritte inklusive Wacken sowie als Vorband von Headlinern wie Blind Guardian, Freedom Call, Children of Bodom, Powerwolf, Sabaton, u.v.m., merkte man ihnen sofort an – ohne viel Geschwafel folgte hier ein Brett auf das Nächste!

Gefühlt viel zu schnell wurde dann auch schon zur nächsten Band übergeleitet, was dem eng gesteckten Zeitplan geschuldet war. Drei Auftritte an einem Abend in einem kleinen Clubraum durchzuführen, grenzt schon an eine logistische Meisterleistung!

Weiter ging es mit Samarah – dem „Duo Infernale“!

Marcel Staub an E-Gitarre und Gesang harmonisierte ausgezeichnet mit Thomas Köppen am Schlagzeug (ex-IANEO ist kein Argument, denn einmal IANEO, immer IANEO!). Wahnsinn, was diese 2-Mann-Band für krasse Klangexplosionen hervorzubringen konnten!

Ihr Markenzeichen sind aufwendig produzierte Musikvideos mit klassischen Horrorfilmelementen. Auch wenn diese, bedingt durch den Liveauftritt kaum zur Geltung kamen, so gelang es dem Duo nicht zuletzt dank des akzentuierten Drumming, der rotzigen E-Gitarre und der ausdrucksstarken Stimme die düstere Atmosphäre aus den Videos gut rüberzubringen.

Den krönenden Abschluss des Abends machte Gastgeber 2 Minds Collide. Diese Band besteht ausschließlich aus IANEOs!

Tobias Engel, Marco Grewenig und Thomas Köppen brachten den Raum so richtig auf Touren. In einer Besetzung aus E-Gitarre &

Gesang, Bass & Gesang und Schlagzeug spielten sie Hardrock mit Elektronik-Unterstützung, der es in sich hatte. Das treibende Schlagzeug und die fetzigen Gitarrenriffs brachten die mit klarer Stimme gesungenen, cleveren Liedtexte gut zur Geltung.

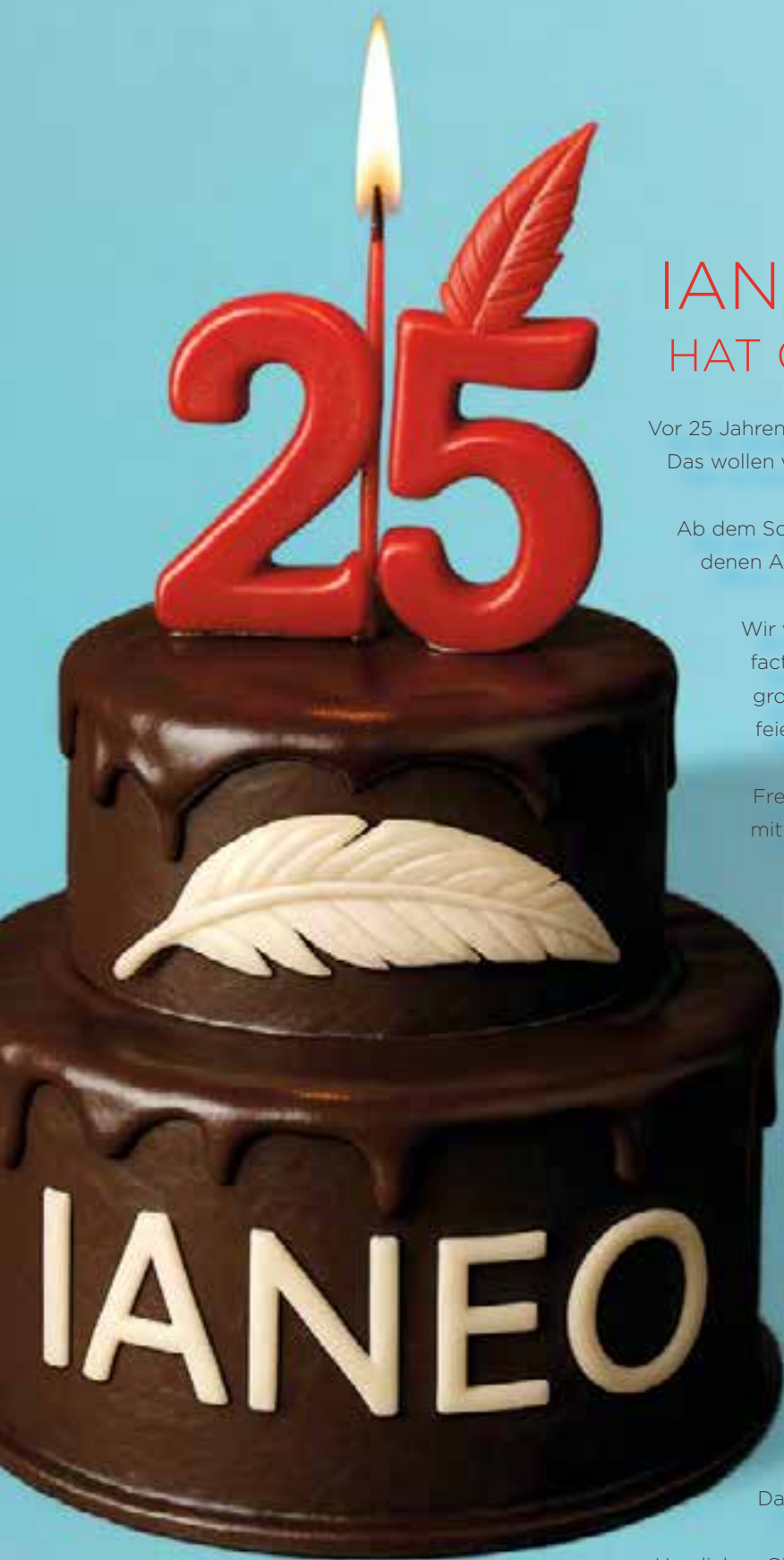
Jetzt wurde noch einmal so richtig Gas gegeben, um dem Publikum einzuheizen, bevor der schöne Konzertabend langsam seinen Abschluss fand...

Bernd, Simone, Thomas K, Karsten und Stephan waren sich einig: der Abend hat sich richtig gelohnt und schreit nach einer Wiederholung!

Dem Applaus nach zu urteilen, waren die Liveauftritte der drei Bands auch bei allen anderen im Studio30 gut angekommen!

Danke an alle Beteiligten für einen denkwürdigen Abend!





IANEO HAT GEBURTSTAG

Vor 25 Jahren wurde unser Unternehmen gegründet.
Das wollen wir natürlich nicht „unbefeiert“ lassen.

Ab dem Sommer werden wir bis in den Herbst hinein mit verschiedenen Aktionen und Themenwochen unser Jubiläum feiern.

Wir werden unsere Firmengeschichte aufleben lassen, Fun-facts und Meilensteine von IANEO sammeln, alles in einer großen IANEO-Show darstellen und mit euch gemeinsam feiern.

Freut euch mit der nächsten Ausgabe auf einen REPPERT mit exklusivem Sonderteil „IANEO 25“ und auf ein großes Sommerfest Ende August.

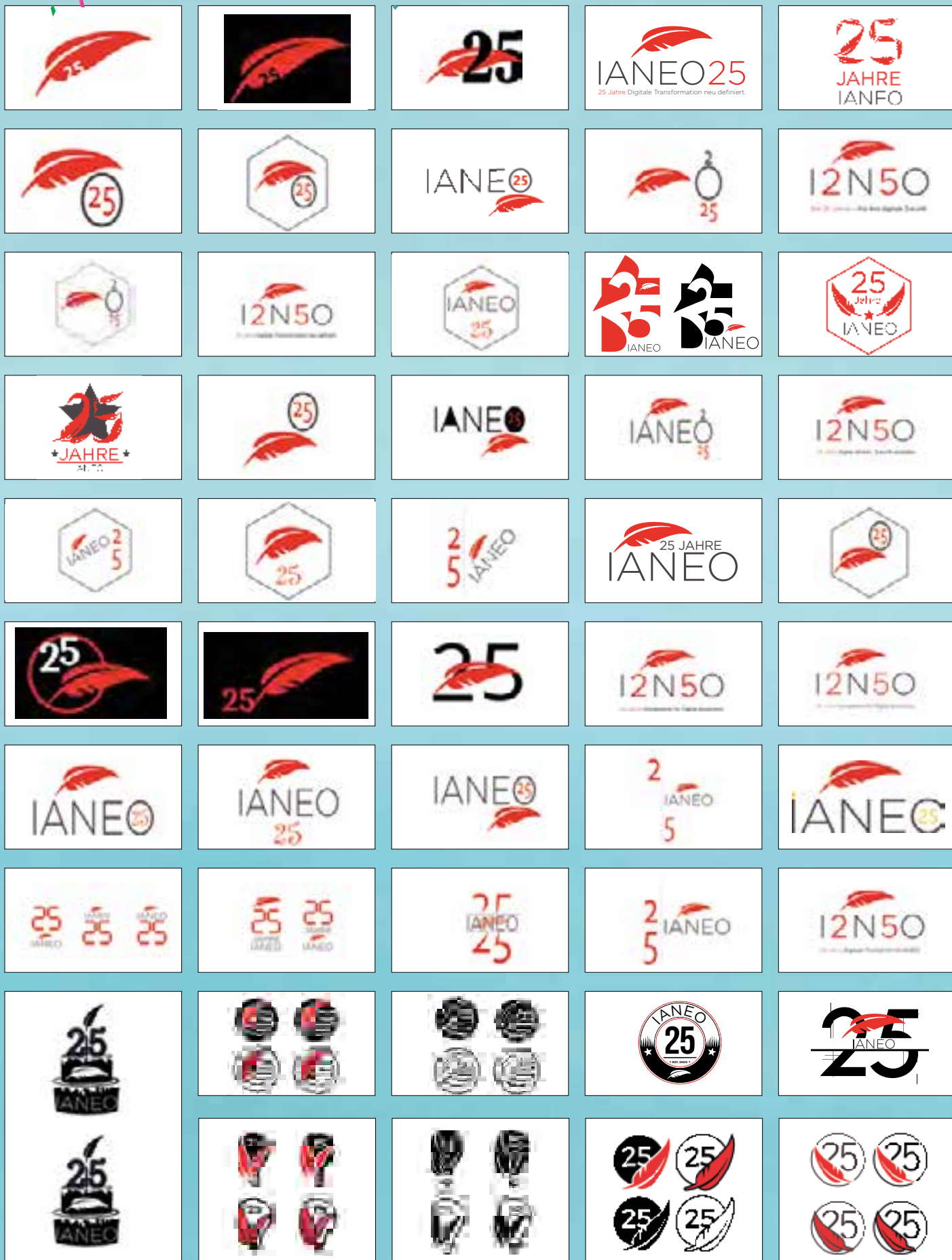
Mit dem Logo-Wettbewerb haben wir euch auf unser Jubiläumsjahr eingestimmt. Hier nochmal alle Einreichungen in der Übersicht und natürlich auch das Gewinner-Logo, mit dem bereits die ersten Designs entstehen und das ihr bald noch ganz oft sehen werdet.



Nochmal danke an alle, die sich am Wettbewerb beteiligt haben.
Das Gewinner-Logo stammt übrigens von Nina.

Herzlichen Glückwunsch!

Als Modell für den Kuchen stand der Logo-Entwurf von Daniel Maurer und Michelle Lauermann



DER CURRYWURST TAG

eine leckere Tradition

VOM TREND ZUR TRADITION - CURRYWURST IN PERFEKTION

Was einst mit einer Handvoll Würstchen und einem Topf Soße begann, ist mittlerweile fester Bestandteil unserer Unternehmenskultur: der Currywurst-Dienstag. Woche für Woche versammeln sich hungrige IANEOs an Grill und Topf – und das mit wachsender Begeisterung. Die legendäre Anmelde-E-Mail von Flo gehört inzwischen zum festen Montagmittag-Ritual und sorgt regelmäßig für rekordverdächtige Rückmeldungen.

Und weil bei uns nicht nur der Geschmack, sondern auch die Technik zählt, kommt inzwischen regelmäßig unsere Wurstschnidemaschine zum Einsatz – für gleichmäßig geschnittene Würstchen in Perfektion. So wird aus jeder Portion ein kleines Meisterwerk.

Auch an der Soßenfront hat sich einiges getan: Neben den altbewährten Soßenprofis haben sich inzwischen neue Gesichter in die kulinarische Verantwortung gewagt. Mark Fekete, Melvin Falk und Michèle Kurtz bereichern das Team mit neuen Rezeptideen und viel Engagement. Besonders Michèles Soße hat viele Fans gefunden – das Rezept gibt's jetzt auch zum Nachkochen im neuen Soßentagebuch. Absolute Empfehlung!

Egal ob bei Sonne, Regen oder spontanem Besuch von Kund:innen – dienstags duftet es bei IANEO verlässlich nach Grill, Gewürzen und guter Laune.





DIE OFFIZIELLEN WURSCHD-ZAHLEN (TENDENZ STEIGEND)

Der Wurschd-Index liegt bei satten 690 – Tendenz klar steigend. Analysten sehen in der weißen Wurschd aktuell das stärkere Investment, während rote Wurschd-Fans auf eine Trendwende hoffen.

Marktbeobachter rechnen bereits mit einem Allzeithoch, sollte der Grill weiter so heiß laufen.

Der Wurschd-Index steht bei **690**

Rote Wurschd 279

Weißer Wurschd 411

*Alle Angaben sind wie immer ohne Soße

Liebes SoBentagebuch...

Dienstag, 11. Februar 2025

HONEY PONEY

ZUTATEN

- 1 Gemüsezwiebel
- 3 Knoblauchzehen
- 3 frische Paprikaschoten (grün, gelb, rot)
- 3 große Zwiebeln
- 2 Pack passierte Tomaten
- 2 kleine Dosen geschälte Tomaten
- Honig
- Tomatenmark
- Worcestersauce
- Balsamicoreme
- Tabasco, Soja-Sauce, Gemüsebrühe

GEWÜRZE

- Pfeffer, Salz, Paprika rosenscharf, Currypulver, Cayennpfeffer, Chilliflocken, Kreuzkümmel

ZUBEREITUNG

- Zwiebeln ganz klein würfeln und in Olivenöl bei mittlerer Hitze glasig andünsten, gepressten Knoblauch dazu geben und weiter anschwitzen lassen. Braunen Zucker dazugeben und kurz weiter erhitzen, Tomatenmark zugeben, gut umrühren und kurz erhitzen.
- Mit Orangensaft ablöschen und kurz aufköcheln. Ketchup, Tomatenmark, Honig, Balsamico-Essig, Soja-Sauce, 1 Schuss Worcestersauce, Gemüsebrühe, Salz und Pfeffer dazugeben und bei kleiner Hitze leicht köcheln lassen.
- Paprikapulver, Currypulver, (Cayennepfeffer) dazugeben und 15-30 Min köcheln. Zum Schluss abschmecken.



Gekocht von Michèle Kurtz

BEEANEO

- DIE WINTERRUHE IST ZU ENDE

Mit dem Frühling erwacht die Natur zu neuem Leben, und auch die Bienen verlassen ihre Winterruhe, um ihre lebenswichtige Arbeit wieder aufzunehmen. Die steigenden Temperaturen und die länger werdenden Tage signalisieren den Bienen, dass es Zeit ist, den Bienenstock zu verlassen und nach Nahrung zu suchen.

Besonders wichtig sind dabei die ersten Blumen, die im zeitigen Frühjahr blühen. Sie bieten den Bienen die notwendige Nahrung, um ihre Völker zu stärken und das Wachstum des Bienenstocks zu fördern.

Für Imker beginnt nun eine arbeitsreiche Zeit. Der April markiert den Start der Ernte- und Produktionssaison, und es gibt viel im Bienenstock zu tun. Eine sorgfältige Vorbereitung der Bienenvölker auf die kommende Saison ist entscheidend für deren Gesundheit und Produktivität.

Um die Bienen zu unterstützen, können auch Gartenbesitzer einen Beitrag leisten. Das Pflanzen von bienenfreundlichen Blumen und Pflanzen hilft den Bienen, ausreichend Nahrung zu finden, und trägt zur Förderung der Biodiversität bei.

Der Frühling ist somit nicht nur eine Zeit des Erwachens für die Natur, sondern auch eine entscheidende Phase für die Bienen und diejenigen, die sich um ihr Wohlergehen kümmern. Durch gemeinsames Engagement können wir dazu beitragen, dass die Bienen ihre wichtige Rolle im Ökosystem erfüllen und gleichzeitig von ihrer Arbeit profitieren.

Leider kam eines unserer beiden Völker nicht über den Winter und wir haben es verloren. Unsere Imker Alex und Winfried sind aber schon aktiv und wir werden wahrscheinlich ein bis zwei neue Völker bekommen.

Wir haben für einen Messeauftritt neue nachhaltige Werbegeschenke aufgelegt. Einen Seedball, denn das sorgt für Biodiversität und ist besonders nachhaltig für Umwelt und Bienen.



Was wir uns dabei gedacht haben, lest ihr hier



KURZMELDUNG IN SACHEN BIODIVERSITÄT

Kurz vor Redaktionsschluss haben wir dem Bienenverein Friedrichsthal eine Spende überreicht. Davon werden die

Vereinsmitglieder ein Wildbienenhotel bauen, das am Kindergarten installiert wird.

Der REPPERT wird demnächst ausführlich über das Projekt berichten.





THEMENPAUSE „SCHLAF DICH FIT“ MIT LEBENSFREUDE GESUNDHEITSMANAGEMENT

Am 26.03.2025 haben wir uns in einer Themenpause dem wohl angenehmsten Gesundheitsthema gewidmet: dem Schlaf. Unter dem Titel „Schlaf dich fit“ hat uns Jennifer Selonke von lebensfreude gesundheitsmanagement durch einen spannenden Vortrag geführt – mit vielen hilfreichen Tipps für besseren und gesünderen Schlaf.

Möglich gemacht wurde die Themenpause vor allem durch unseren Kooperationspartner - an dieser Stelle ein großes DANKE an die IKK Südwest!

Neben interessantem Hintergrundwissen zu Schlafphasen, innerer Uhr & Co. gab es jede Menge praktische Hinweise, wie wir unsere Schlafqualität im Alltag verbessern können. Besonders schön: Der Vortrag war interaktiv gestaltet. Über QR-Codes konnten wir Fragen direkt per Handy beantworten und uns so aktiv einbringen.

Ein echtes Highlight war die gemeinsame Atemübung nach der 4-7-8-Methode – einmal tief durchatmen, zur Ruhe kommen und den Stress für einen Moment loslassen. Tat richtig gut!

Vielen Dank an alle, die mitgemacht haben – und ein großes Dankeschön an Jennifer für den tollen Input!



Übrigens: Für alle, die nicht dabei sein konnten (oder nochmal reinschauen wollen), gibt es im ISI die Präsentation von Jennifer zum Nachlesen.

IGM AKTUELL

1. CookANEO-Kochevent

Am 26. Februar 2025 fand das 1. CookANEO-Kochevent im Rahmen unseres IGM statt. Natürlich gab es auch ein Motto für den Abend: Cholesterinbewusst genießen!

Im Anmelde-Prozess konnte bereits aus je zwei Hauptgerichten und Desserts gewählt werden. Diese Gerichte standen zur Auswahl:

☑ Hauptgericht:

- Ofengebackene Süßkartoffeln mit Avocado-Creme & Kichererbsen
- Avocado-Zitronen-Pasta mit Rucola & Walnüssen

☑ Dessert

- Fruchtiger Joghurt mit Beeren & Nüssen
- Schneller Apfel-Zimt-Crumble

Zuerst fanden sich alle 7 IANEOs im Forum zusammen - mit dabei waren: Simone, Marco Grewe, Stephan, Viktoria, Florian, Alexander und Michèle Z. Danach besprachen wir die Rezepte und teilten uns in Teams ein. Und dann begann auch schon die Zubereitung. Die passende Koch-Musik verzauberte uns inmitten der Küche eines 5-Sterne-Restaurants.

Das Ergebnis: Das Essen hat super geschmeckt, war mega einfach in der Zubereitung und das Beste: 0 Cholesterin!

Für alle, die die Gerichte gerne nachkochen wollen oder auch die Alternativen mal testen möchten, findet ihr hier die Rezepte:

Gewinner-Gerichte:



Alternativ-Rezepte



Wer beim nächsten Mal dabei sein möchte, generell Interesse an CookANEO oder eine Motto-Idee hat, kann sich jederzeit bei uns (Team Fit@IANEO) melden.

Wir freuen uns schon auf das nächste CookANEO-Kochevent!



TINTENFISCHE IM BLUTRAUSCH: TEAM-EVENT IM ESCAPE ROOM

Das Squid Squad Team-Event führte uns am 27.11.2024 nach Saarbrücken zu Mission-Escape. Dort starteten wir ins Abenteuer "Escape Room". Bis auf eine Person aus unserem Team hatte noch niemand Erfahrungen damit gemacht. Wir freuten uns alle auf ein spannendes Abenteuer. Und genau das versprach es auch zu werden, denn der Titel des gewählten Raums lautete "Bluttausch". Wir würden genau eine Stunde Zeit haben, um Beweise zum Verschwinden von mehreren Personen in der Wohnung eines dringend Tatverdächtigen aufzuspüren und zu sichern. Dies war der Auftrag unserer geheimen Mission. Würden wir es schaffen oder am Ende gar selbst zu Opfern werden?

Es galt sich in der düsteren Wohnung des Verdächtigen umzusehen. Hinweise auf Beweismittel zu finden sowie sich im Team miteinander auszutauschen, um knifflige Rätsel zu lösen.

Die düstere Wohnung offenbarte sogar eine regelrechte Kammer des Schreckens, in der sich die Lösung des letzten Rätsels befand. Dieses Rätsel hatte es in sich und hielt uns in Atem: wir hatten schließlich nur noch 10 Minuten Zeit, um es zu knacken... Am Ende lösten wir das Rätsel 3 Minuten vor Ablauf der vorgegebenen Zeit und erhielten einen Zahlencode.

Mit dem Zahlencode war es uns jetzt möglich, einen Safe öffnen. Schließlich hielten wir eine Art "Abschiedsbrief" des Täters in unseren Händen. Dieser versicherte uns darin, dass wir als Polizisten klug und gewieft genug gewesen seien, um ihn dingfest zu machen. Er gestand nicht nur die bekannten 5 Taten, sondern auch viele weitere. Da er in uns nun seine Meister gefunden habe, könne er die Sicherheit der Kinder dieser Stadt in unsere Hände legen und sich der Polizei stellen, schrieb er am Ende seines Briefes.



Wir freuten uns riesig, den Fall innerhalb der vorgegebenen Zeitspanne aufgelöst zu haben.

Im Anschluss an den Besuch bei Mission-Escape ging es noch in ein italienisches Restaurant zum gemütlichen Ausklang des gelungenen Team-Events bei leckerem Essen und unterhaltsamen Gesprächen.

Insgesamt war der Escape-Room ein tolles Erlebnis! Wir freuen uns alle schon sehr auf unser nächstes Team-Event und sind gespannt, auf welches Event unsere Wahl dann wohl fällt.



SAVE THE DATE!



KAUFLAND ECOMMERCE DAYS

11. April 2025

Rheinenergiestadion in Köln



„BARRIEREFREIHEIT - DER SCHLÜSSEL ZU INKLUSIVER DIGITALISIERUNG“

8. Mai 2025 | 17:00-18:00 Uhr | Forum IANEO

Bedingungen, Herausforderungen und Praxistipps.

Ein Themenabend der IANEO Solutions GmbH



MCD - MULTICHANNEL DAY

15. Mai 2025

Rheinenergiestadion in Köln



FIRMENLAUF

18. Juni 2025

(Anmeldung bei Michèle Z.)



IANEO 25 SOMMERFEST

22. August 2025

für die IANEO Family & Friends und offizielle Gäste



IT.CON 2025

18. September 2025

WAS BISHER GESCHAH...



1. NETZWERKTREFFEN STARKE ARBEITGEBER



CASINEO 6



ROCKANEO - TOBI UND MARCO ON STAGE





THE ANEO



MEMBER OF THE YEAR



COOK ANEO - CHOLESTERIN



WANDERUNG AUF DEM ERLEBNISWEG „NACH DER SCHICHT“

FASCHING 2025









NEUJAHRPARTY 2025





ZOCKER-EVENT



JOPPING TOUR 2024



MULTICHANNELDAY





Dieser REPERT 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

Texte: Tom, Nicole, Michèle, Viktoria
Layout: Nina
Lektorat: Annette, Viktoria, Nina

Druck:
Digitaldruck Pirrot, Dudweiler

