

REPPERT

AUSGABE 03/2024



MEHR ERFOLG IM
DIGITALEN MARKT



INHALTSVERZEICHNIS

TOM'S EDITORIAL 4-5

DIRK'S KOLUMNE 6-7

DER STRATEGISCHE EINSATZ VON SOCIAL LISTENING 8-11

FÜNF GUTE GRÜNDE, DIE FÜR DIE EINFÜHRUNG 12-13
EINES PIM-SYSTEMS SPRECHEN

RETOUREN IM ONLINEHANDEL 14-17

MULTICHANNELMARKETING: 18-19
VIELE KANÄLE FÜR MEHR ERFOLG IM DIGITALEN MARKT

KI REVOLUTIONIERT DEN E-COMMERCE 20-23

MANUEL IM TECHNO-PODCAST 24-25

NIKITA UND MATTHIAS ERZÄHLEN VON IHRER AUSBILDUNG BEI IANEO..... 26-27

ERZÄHL MAL MIT MARC..... 28-29

SONDERTEIL: IANEO AUF DER IT.COM..... 30-35

GROSSE JAHRESUMFRAGE UND FEEDBACKGESPRÄCHE 36

25 JAHRE IANEO 38

7 TIPPS FÜR DAS IMMUNSYSTEM 40

WIR SIND MITTEN IM IGM-HERBST 41

SUBCULTURES
DIE BUGSQUAD ÜBERSEE 42
FORCE D' ELITE AUF DER BURG MONTCLAIRE 43

BEEANEO - ASIATISCHE HORNISSEN: GEFAHR FÜR UNSERE BIENEN 44-45

TERMINE UND EVENTS..... 46

WAS BISHER GESCHAH..... 47

UNSER FAMILIENFEST 2024 48-49

IANEO IM EUROPAPARK..... 50

In dieser Ausgabe exklusiv mit Sonderteil
zu unserer Teilnahme an der IT.CON.

Liebe IANEOs,

der dritte neue REPPERT in diesem Jahr liegt vor euch. Dieses Mal mit einem großen Sonderteil über unseren Auftritt bei der IT.CON x CybersecurityDay, am 5. November. Ihr findet einen Bericht zu unserem Engagement bei der Messe, eine Übersicht über unsere Messe-Highlights und was die neuesten Fakten zu IANEO sind.

Das zentrale Thema in dieser Ausgabe ist die Antwort auf die Frage: Wie hat man mehr Erfolg im digitalen Markt? Seit vielen Jahren haben wir unser Portfolio genau auf dieses Thema ausgerichtet. Wir wollen unsere Kunden durch vielseitige Möglichkeiten befähigen, digitale Absatzförderung auf möglichst vielen Marketing-Kanälen zu betreiben. Deshalb schauen wir im Heft nochmal genau auf das Thema Multi-channel-Marketing und auch darauf, was gute Gründe für die Nutzung von PIM-Systemen sind. Brandaktuell werfen wir auch ein Schlaglicht auf das Thema "Social Listening", dem viele Unternehmen noch keine Aufmerksamkeit widmen, das aus unserer Sicht aber immer wichtiger werden wird. Denn so kann man neue Trends frühzeitig erkennen und auch seine Social Media Kanäle noch besser nutzen.

Aber ein REPPERT wäre kein REPPERT ohne den Blick auf die vielen coolen Aktionen, die wir in den letzten Monaten zusammen erlebt haben. Nicht zuletzt zeigen wir die schönsten Bilder vom Familienfest, haben neue Podcasts für euch produziert und die kommenden Termine für alle nochmal zusammengefasst.

Und noch etwas: Wir werden im nächsten Jahr 25. Mit einer kleinen Rückschau wollen wir euch auf unser Geburtstags-Jahr jetzt schon mal einstimmen.

Aber nun wünsche ich euch, wie immer:

Viel Spaß beim Lesen

Euer

Tomy

EDITORIAL

DIRK'S KOLUMNE



Liebe IANEOs, wir schließen mit diesem REPERT unser drittes Quartal und gehen in den Jahresendspurt. Wir hatten trotz des nassen Starts am Ende einen doch noch ganz passablen Ferienwetter-Sommer und ein super Familienfest hier bei IANEO.

Ich hoffe, ihr hattet alle eine gute Zeit mit euren Familien und konntet euch erholen, denn auf uns kommen noch ein paar ambitionierte Wochen zu.

Wir kommen operativ gut voran und arbeiten mit Volldampf an zwei neuen Großprojekten. Ihr habt eure Kunden super im Blick und wir stemmen eine ganze Reihe von Aufträgen. Was mich besonders freut, ist, dass sich auch in unseren internen Entwicklungen viel tut. Allem voran FASTPIM III, die Webversion unseres PIM. Das macht tolle Fortschritte und ich weiß, dass wir damit bald ein gutes Stück weiter sein werden. Die neue Version wird uns viele Vorteile bringen, sowohl bei den Bestandskunden als auch in neuen Vertriebsprojekten.

Dank unserer Kampagne "Software für das Saarland" erleben wir eine ganze Reihe von Anfragen von Unternehmen, die wir bisher noch nicht kannten. Und es werden weitere dazukommen, da bin ich mir sicher. Für euch bedeutet das natürlich Arbeit. Aber neue Projekte bringen neuen Spaß und der kommt bei uns bekanntlich nie zu kurz.

Am 5. November werden wir bei der IT.CON x Cybersecurity Day ausstellen. Das wird unser Highlight im Vertriebsherbst und ich bin sehr stolz, dass wir bei dieser neuen Messe dabei sind.

Über 80 Aussteller sind vertreten und das Kongress- bzw. Vortragsprogramm ist richtig gut geworden. IANEO wird ebenfalls mit einem

Vortrag vertreten sein, den ich für uns alle auf der IT Best Practice Bühne halten werde. Unser Marketing hat in den letzten Wochen ziemlich Gas gegeben und es verging kaum ein Tag, in dem mal nichts von uns im Social Media zu finden war. Martin hat sich sehr ins Zeug gelegt und eine Menge Termine an unserem Stand mit Kunden, Netzwerkpartnern und neuen Interessenten vereinbart.

Auch ein herzliches Danke an die ganze Crew! Ihr habt alle eure Kunden auf die Messe angesprochen und euch zu Gesprächen verabredet. So haben wir alle gemeinsam dafür gesorgt, dass uns einige super interessante Gespräche am Messestand erwarten und freuen uns sehr auf die Besucher.

Auch intern haben wir noch ein bisschen was vor. Die Jahresumfrage wird euch dieser Tage zugehen und ich will euch sagen, wie wichtig es ist, dass ihr alle antwortet. Bitte denkt alle daran, warum eure Antworten so extrem wichtig sind: Es sind eure Antworten, die wir brauchen, um unsere Strategie 2025 zu steuern.

Bitte schreibt offen und ehrlich eure Meinung und begründet eure Antworten in den Textfeldern. Dadurch dauert zwar die Auswertung etwas länger, aber wir gewinnen gemeinsam wichtige Erkenntnisse für die neue Strategie. Heute schon danke an alle, die sich die Zeit nehmen und sich

daran beteiligen. Ich hoffe, es sind so viele wie sonst auch immer. Übrigens nicht vergessen: Abgabeschluss für die Umfrage ist der 15. November.

Und wenn alle Antworten da sind, dann werden wir drüber sprechen. Ich habe mir ab dem 25. November den Kalender geblockt für die Jahresgespräche mit euch. Wie immer will ich es locker halten und mit allen IANEOs in Ruhe unter vier Augen sprechen. Am liebsten bei mir im Büro, aber natürlich geht es auch virtuell.

Die Ergebnisse der Umfrage, der Gespräche (auch in euren Teams und Abteilungen) ergeben dann wie immer die Grundlage für den G7 Gipfel, der am Anfang des neuen Jahres stattfinden wird.

Bis dahin sind es noch ein paar Tage und wir dürfen bei all dem eines nicht vergessen: Weihnachten kommt. Ich freue mich auf die Vorweihnachtszeit mit euch und auch auf die "Vorledschd Schicht" am 13. Dezember. Wie immer hier im Forum, mit allem was dazugehört und Pizza für alle. Die traditionellen Geschenke vom Nikolaus wird es auch geben, zumindest hab' ich sowas in die Richtung gehört.

Bis dahin, ich freu mich drauf

Euer Dirk



DER STRATEGISCHE EINSATZ VON SOCIAL LISTENING: EIN UNVERZICHTBARES WERKZEUG FÜR UNTERNEHMEN IN DER DIGITALEN ÄRA

Soziale Medien sind zum Sprachrohr der Gesellschaft geworden. Für Unternehmen ist es von entscheidender Bedeutung, genau zu wissen, was Kunden und die Öffentlichkeit über sie sagen. Genau hier kommt Social Listening ins Spiel. Dabei handelt es sich um eine strategische Praxis, die es ermöglicht, mehr zu erkennen, als oberflächliche Trends. Social Listening erlaubt Unternehmen, das Verhalten, die Meinungen und Bedürfnisse ihrer Zielgruppen besser zu verstehen. Dies kann wertvolle Erkenntnisse für die Unternehmens-Strategie bringen.

Social Listening ist der automatisierte Prozess des Überwachens von Online-Gesprächen und -Erwähnungen in sozialen Medien (Foren, Blogs und anderen digitalen Plattformen). Dabei geht es nicht darum, lediglich Daten über diese Erwähnungen zu sammeln. Es geht darum, diese Daten zu analysieren, die dahinterstehenden Emotionen und Meinungen zu verstehen und so Einblicke in die Markenwahrnehmung, die Kundenbedürfnisse zu gewinnen. Vor allem geht es darum, das Aufkommen von neuen Trends frühzeitig zu erkennen. So können Unternehmen schnell und proaktiv ihre Strategien anpassen.

DIE HAUPTBESTANDTEILE DES SOCIAL LISTENING BESTEHEN AUS DREI SCHRITTEN:

1. **Datenzusammenführung:** Hierbei werden relevante Daten aus verschiedenen Online-Quellen gesammelt, um ein umfassendes Bild zu erhalten.
2. **Datenanalyse:** Mit Hilfe von Technologien wie der Text- und Sentiment-Analyse werden Muster, Stimmungen und Trends identifiziert.
3. **Erkenntnisgewinn:** Die Daten werden ausgewertet und erlauben so Einblicke in die Wahrnehmung der Marke und die Bedürfnisse der Kunden. Zudem können potenzielle Probleme, Krisen und eventuelle Shitstorms frühzeitig erkannt werden.

WARUM IST SOCIAL LISTENING SO WICHTIG?

Die Vorteile von Social Listening liegen auf der Hand.

Kundenzufriedenheit verbessern: Unternehmen können direkt auf Kundenfeedback reagieren. Probleme werden schnell erkannt und gelöst. Die Customer Experience wird besser.

Markenreputation steigern: Unternehmen haben die Möglichkeit, quasi in Echtzeit auf Erwähnungen ihrer Marke zu reagieren

und sie positiv zu besetzen. Potenzielle Reputationskrisen können frühzeitig erkannt und moderiert werden.

Wettbewerbsanalyse erleichtern: Social Listening hilft, die Aktivitäten und Wahrnehmungen der Wettbewerber besser zu begleiten. Unternehmen können diese Informationen nutzen, um ihre eigene Strategie zu optimieren.

Trends erkennen: Das frühzeitige Erkennen von Trends erlaubt es Unternehmen, schneller auf Veränderungen im Markt zu reagieren. Und das bevor diese allgemeine Bekanntheit erlangen.

Insgesamt verschafft Social Listening Unternehmen einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil, indem sie schneller auf Veränderungen und Anforderungen des Marktes reagieren können.

SOCIAL LISTENING VS. SOCIAL MEDIA MONITORING: WAS SIND DIE UNTERSCHIEDE?

Oftmals werden Social Listening und Social Media Monitoring synonym verwendet, doch es gibt wesentliche Unterschiede zwischen beiden Konzepten. Während Social Media Monitoring darauf abzielt, Erwähnungen, Marken, Schlüsselwörter und Hashtags in Echtzeit zu überwachen, geht Social Listening tiefer. Es zielt darauf ab, langfristige Einblicke zu gewinnen und die zugrunde liegenden Emotionen und Meinungen zu verstehen.

DIE UNTERSCHIEDE IM ÜBERBLICK:

SOCIAL LISTENING	SOCIAL MEDIA MONITORING
Zielsetzung: Einblicke in Gespräche und Stimmungen	Zielsetzung: Überwachung und Aufzeichnung von Erwähnungen
Langfristige Datenerfassung und Analyse	Kurzfristige Überwachung in Echtzeit
Fokus auf quantitative Datenanalyse	Fokus auf quantitative Datenanalyse
Proaktive Strategieanpassungen	Reaktive Krisenbewältigung

Social Listening ist also eher strategisch ausgerichtet. Social Media Monitoring hat eine taktische Funktion, die auf kurzfristige Reaktionen abzielt.

BEST PRACTICES FÜR SOCIAL LISTENING

Wie bei jeder Strategie gibt es auch beim Social Listening bewährte Vorgehensweisen. So stellt man sicher, den größtmöglichen Nutzen aus den gesammelten Daten zu ziehen. Folgende Punkte sollten Unternehmen beachten:

Klare Ziele : Unternehmen sollten im Vorfeld definieren, welche Daten gesammelt und wie diese genutzt werden sollen. Dabei sollten die Ziele klar formuliert und messbar sein.

Geeignete Tools: Es gibt zahlreiche Tools für Social Listening. Die Auswahl des richtigen Tools hängt von den spezifischen Anforderungen und dem verfügbaren Budget ab. Besonders sollte man darauf achten, dass das Tool die Auswertung der Daten sinnvoll unterstützt und ein "übereifriges" Sammeln von nutzlosen Daten vermeidet.

Datenkontext beachten: Es ist wichtig, Daten im Kontext zu betrachten, um sie richtig zu interpretieren. Dabei sollten kulturelle und sprachliche Unterschiede berücksichtigt werden.

Datenschutz und Ethik: Unternehmen müssen sicherstellen, dass sie alle geltenden Datenschutzgesetze einhalten und verantwortungsvoll mit den gesammelten Daten umgehen.

Interdisziplinäre Zusammenarbeit: Die gewonnenen Erkenntnisse sollten nicht nur vom Marketing-Team genutzt werden. Eine Zusammenarbeit mit anderen Abteilungen, wie dem Produktmanagement oder dem Kundenservice, kann den Mehrwert steigern.

Keine Datenfluten: Man sollte darauf achten, die Daten nicht wahllos zu sammeln. Das erzeugt eine Datenflut, die am Ende nicht auswertbar ist. Unternehmen sollten sich bei der Einführung eines Social Listening beraten lassen.

SOCIAL LISTENING ALS SCHLÜSSEL ZUM UNTERNEHMENSERFOLG

Social Listening ist mehr als nur ein Werkzeug zur Überwachung. Es ist ein strategischer Ansatz, der tiefere Einblicke in die Meinungen, Bedürfnisse und Trends von Zielgruppen liefert. Unternehmen, die Social Listening effektiv einsetzen, können ihre Markenstrategie optimieren, Kundenbindungen stärken und frühzeitig auf potenzielle Krisen reagieren.

Letztlich bietet Social Listening also einen erheblichen Wettbewerbsvorteil. Wer die Sprache seiner Kunden und Märkte versteht, kann seine Produkte und Dienstleistungen gezielter anpassen und langfristig erfolgreich agieren. Dabei müssen Unternehmen jedoch auf den verantwortungsvollen Umgang mit Daten und ethische Aspekte achten, um das volle Potenzial von Social Listening auszuschöpfen.



FÜNF GUTE GRÜNDE, DIE FÜR DIE EINFÜHRUNG EINES PIM-SYSTEMS SPRECHEN

In einer Zeit, in der digitale Geschäftsmodelle an der Tagesordnung sind, ist die effiziente Verwaltung von Produktinformationen entscheidend für den Erfolg von Unternehmen. Ein Product Information Management (PIM) System ist die technologische Grundbedingung für das Management von Produktinformationen, das vor allem eines sein muss: effizient und zielführend. Unternehmen, die ein PIM-System implementiert haben, sind wettbewerbsfähiger, denn sie haben qualitativ hochwertigere Daten und können ihre Produkte und Dienstleistungen schneller am Markt platzieren.

1. OPTIMIERUNG VON GESCHÄFTSPROZESSEN

Durch den Einsatz eines PIM Systems wird die mehrfach redundante Datenhaltung eliminiert. Das PIM dient als zentrale Quelle für alle produktrelevanten Daten eines Unternehmens. Über Schnittstellen werden diese Daten automatisiert importiert, medienneutral abgelegt und mit weiteren relevanten Informationen ergänzt. Die Datenveredelung kann durch Massenoperationen vereinfacht und vor allem verbessert werden. Dies gewährleistet, dass alle Mitarbeitenden jederzeit und über alle Ausgabekanäle hinweg konsistente, vollständige und qualitativ hochwertige Produktinformationen zur Verfügung haben.

Vorteile der zentralisierten Datenhaltung:

- **Ressourceneinsparung:** Zentrale Datenhaltung spart wertvolle Ressourcen und fördert die unternehmensweite Zusammenarbeit.
- **Effektive Datenpflege:** Einfachere und effektivere Datenpflege durch konsistente und vollständige Produktinformationen.

90% Verbesserung der Geschäftsprozesse

Studien zufolge sehen 90% der Industrie- und Handelsunternehmen durch das zentrale Produktdatenmanagementsystem eine Verbesserung der Geschäftsprozesse und eine Vereinfachung der täglichen Arbeitsweise. Die optimierte Datenablage reduziert die Zeit für die Suche, Bereinigung und Anreicherung von Daten, was den Mitarbeitern ermöglicht, produktiv an anderen Stellen zu arbeiten.

2. VERKÜRZTE MARKTEINFÜHRUNGSZEIT

Eine schnelle Markteinführung neuer Produkte bietet Unternehmen erhebliche Vorteile hinsichtlich Umsatz, Markenwahrnehmung und Wachstum. Das zentrale PIM System gewährleistet die schnelle Ausspielung korrekter und vollständiger Produktinformationen über verschiedene Ausgabekanäle.

Effizienzsteigerung durch Workflows

Unternehmen können Workflows im PIM definieren und überwachen. Die Folge ist eine Verschlinkung interner Prozesse, denn die Bearbeitung und Bereitstellung von Produktinformationen wird bedeutend beschleunigt. Die Time-to-Market der Produkte – also der Zeitfaktor, den es braucht, bis ein Produkt in den Markt eintritt – wird durch ein PIM System ganz erheblich verkürzt.

Studienergebnisse

Unternehmen, die ein PIM System eingeführt haben, stellten bereits innerhalb des ersten Jahres nach der Einführung eine signifikante Verbesserung der internen und externen Produktkommunikation fest.
Diverse Studien gehen von einer Zeitersparnis von rund 30% für Unternehmen bei der Markteinführung neuer Produkte aus.

3. VERBESSERTE CONVERSION-RATE

Eine überzeugende Produktdarstellung hebt Unternehmen vom Wettbewerb ab. Nur aktuelle, vollständige und qualitativ hochwertige Produktinformationen führen zum Kaufabschluss. Über 90% der Unternehmen bemerken durch den Einsatz eines PIM-Systems eine Verbesserung der Datenqualität. Fehlerquellen in den Datenverarbeitungsprozessen können viel früher erkannt und verbessert werden.

Vertrauensbildung und Kundenbindung

Fehler in den Produktdaten werden durch PIM Systeme deutlich früher erkannt und behoben. Fehlbestellungen sowie Reklamationen und teure Retouren vermindern sich. Kunden, die mit guten Daten Bestellungen absetzen, bringen dem Unternehmen automatisch größeres Vertrauen entgegen. Die Kundenbindung an die Marke steigt.

Umsatzsteigerung

Es ist kein Novum, dass Unternehmen durch ein positives Einkaufserlebnis ihre Conversion-Rate bedeutend steigern können. Dies führt nicht nur zu einer Umsatzsteigerung, sondern auch zu einer langfristigen Kundenbindung.

4. REDUZIERUNG VON RETOUREN

Fehlerhafte Produktinformationen sind eine häufige Ursache für Retouren. Durchschnittlich wird jede sechste Bestellung aufgrund fehlerhafter Produktinformationen zurückgeschickt, was zu erheblichen Kosten führt.

Vollständige und korrekte Produktdarstellung

Durch die vollständige, korrekte und umfangreiche Produktdarstellung bietet ein PIM-System ein überzeugendes Einkaufserlebnis und senkt die Retourenquote merklich.

Retourenreduktion

Eine positive User Experience und konsistente Produkt Datenqualität können zu einer Reduzierung der Retouren um rund ein Viertel führen.

5. VERBESSERTE CUSTOMER EXPERIENCE

Bessere Personalisierung

PIM-Systeme unterstützen die Segmentierung und Personalisierung von Produktangeboten. Unternehmen können spezifische Produktinformationen für bestimmte Zielgruppen bereitstellen, was die Relevanz und die Zufriedenheit der Kunden erhöht.

der Kundenservice – auf dieselben, qualitativ hochwertigen Informationen zugreifen. Dies führt zu einem reibungsloseren Einkaufserlebnis.

Verbesserte Kundenerfahrung

Durch die zentrale Verwaltung von Produktdaten können Unternehmen eine bessere Kundenerfahrung gewährleisten, da alle Kanäle – sei es der Online-Shop, der Katalog oder

Effizientere Kundenkommunikation

PIM-Systeme erleichtern die Kommunikation zwischen verschiedenen Abteilungen wie Marketing, Vertrieb und Kundenservice. Dadurch können Kunden schneller und präziser auf Anfragen oder Probleme reagieren, was ihre Zufriedenheit und Bindung erhöht.

Warum IANEO, wenn man ein PIM-System einführen möchte ?

IANEO ist der ideale Partner für die Einführung eines PIM-Systems in mittelständischen Unternehmen.

KEYFACTS IN DER ÜBERSICHT:

- **Erfahrung:** Mit über 20 Jahren in der digitalen Business-Welt bietet IANEO bewährte Lösungen und umfassendes Wissen in der PIM-Entwicklung und -Implementierung.
- **Integration:** Das PIM-System von IANEO, FASTPIM, lässt sich nahtlos in bestehende IT-Infrastrukturen integrieren und verbessert die Datenkonsistenz und -qualität.
- **Datenpflege:** Unser System erleichtert die zentrale Verwaltung von Produktinformationen, steigert die Effizienz und reduziert Kosten.
- **Unterstützung:** IANEO bietet umfassende Unterstützung während der Implementierungsphase, einschließlich enger Zusammenarbeit mit internen Teams und Stakeholdern.

RETOUREN IM ONLINEHANDEL ÜBER DIE GRÜNDE VON RÜCKSENDUNGEN SOWIE DEM NUTZEN EINES OPTIMALEN RETOUREN- UND DATA QUALITY MANAGEMENTS

Im Onlinehandel gehören Retouren zum täglichen Brot. Da diese aber beständig zunehmen und hohe Kosten verursachen können, ist es für Online-Händler lohnend, sich mit den Gründen für Rücksendungen zu beschäftigen. Es gilt: Sind die Ursachen für die hohen Retouren-Raten bekannt, lassen sich effektive Lösungen finden, um die Rücksendungen zukünftig zu reduzieren.

WAS SIND DIE GRÜNDE FÜR RÜCKSENDUNGEN IM E-COMMERCE?

Eine Studie hat die Gründe für Rücksendungen beim Onlineshopping untersucht und festgestellt, dass durchschnittlich etwa jede neunte Ware in Deutschland zurückgeschickt wird. Hauptgründe dafür sind die falsche Passform (67 %), fehlerhafte oder beschädigte Waren (56 %) und Produkte, die nicht gefallen (50 %).

Weitere Gründe für Rücksendungen sind Abweichungen zwischen Produkt und Abbildung bzw. Beschreibung (41 %), schlechte Verarbeitung (37 %), falsch gelieferte Artikel (29 %) und geplante Mehrbestellungen (29 %), um verschiedene Varianten zu testen. Die Branche arbeitet bereits an digitalen Lösungen zur Größenberatung, um die Retourenquote zu senken.

Die Rücksendequote variiert zudem je nach Geschlecht und Alter: Männer (9 %) retournieren weniger als Frauen (14 %), und jüngere Menschen (16-29 Jahre: 15 %) häufiger als ältere (65+: 7 %). Positiv zu erwähnen ist, dass rund ein Viertel der Kunden, die Waren online bestellen, diese nicht retournieren.

Rücksendungen sind teuer und belasten die Umwelt. Daher haben Händler ein berechtigtes Interesse daran, diese zu minimieren. Dies führt zu nachhalti-

gerem Handel und letztlich günstigeren Preisen für die Verbraucher.

WELCHE ARTEN VON RETOUREN-MANAGEMENT GIBT ES?

Das Retourenmanagement ist im E-Commerce für Online-Händler unumgänglich. Laut Gesetz steht dem Kunden eine 14-tägige Widerrufsfrist zu. Retouren können jedoch erhebliche Kosten verursachen. Deshalb ist es wichtig, Retouren schnell und effizient abzuwickeln und nach Wegen zu suchen, wie sich Rücksendungen reduzieren lassen.

Das Retourenmanagement befasst sich mit dem Prozess der Warenrücksendungen von Kunden an den Händler. Durch ein geschicktes Retourenmanagement lassen sich Rücksendungen reduzieren und im besten Falle sogar vermeiden. Dies wird durch zwei unterschiedliche Ansätze im Retourenmanagement verfolgt: dem präventiven Retourenmanagement und dem reaktiven Retourenmanagement. Der Unterschied zwischen den beiden Ansätzen liegt im Zeitpunkt, zu dem das Retourenmanagement einsetzt.

WAS IST PRÄVENTIVES RETOUREN-MANAGEMENT?

Das präventive Retourenmanagement setzt bereits vor dem Verkauf der Produkte an. Denn das Ziel des präventiven Retourenmanagements ist es, von vorne herein das Entstehen von Retouren nach der Bestellung zu vermeiden. Das funktioniert am besten, wenn sich der Kunde vor dem Kauf umfassend über das Produkt informieren kann und wenn hierfür viele Kanäle zur Verfügung stehen.

Bausteine des präventiven Retourenmanagements:

- **Produktinformationen:** Auf den Produktseiten müssen alle relevanten Produktinformationen bereitgestellt werden, damit sich der Kunde ein umfassendes Bild machen kann. Hierbei können auch hochauflösende Bilder und 360°-Ansichten nützlich sein. Auch virtuelle Anproben werden immer beliebter. Je weniger Fragen für den Kunden vor dem Kauf offenbleiben, desto geringer ist das Risiko einer Rücksendung.

- **Kundenfeedback:** Das Feedback der Kunden über die gekauften Produkte ist sehr wertvoll. Unternehmen sollten dieses Feedback sammeln und auswerten. Daraus lassen sich beispielsweise Verbesserungsmöglichkeiten für die Produkte ableiten.

- **Kundenservice:** Ein kompetenter Kundenservice steht dem Kunden bei allen Fragen zum Produkt beratend zur Seite. Der Kundenservice von heute hat viele Gesichter: erreichbar per Telefon und E-Mail, über die Chat-Funktion und die FAQs in Online-Shops oder über die Social Media Kanäle eines Unternehmens. Eine gute und umfassende (Kauf-)Beratung beseitigt alle Unklarheiten beim Kunden und vermeidet so Retouren.

- **Verpackung:** Eine gute Verpackung sichert die Produkte auf ihrem Weg zum Kunden vor Beschädigung. Kommt das Produkt in einwandfreiem Zustand an, reduziert sich die Zahl an Reklamationen und Rücksendungen defekter Artikel und trägt außerdem zur Zufriedenheit beim Kunden bei.

- **Lieferzeiten:** Die beim Produkt angegebenen Lieferzeiten müssen eingehalten werden. Kunden warten nicht gerne. Weshalb verspätete Lieferungen





schnell dazu führen, dass Kunden zwischenzeitlich bei der Konkurrenz kaufen und den bestellten Artikel zurückgeben. Eine Sendungsverfolgung anzubieten kann hier helfen. Sie gibt dem Kunden die Möglichkeit über den aktuellen Versandstatus auf dem Laufenden zu bleiben.

WAS IST REAKTIVES RETOUREN-MANAGEMENT?

Beim reaktiven Retourenmanagement geht es darum, nach der erfolgten Retoure diese möglichst schnell und effizient zu bearbeiten. Denn die Waren sollen rasch wieder in den Verkauf gelangen.

Bausteine des reaktiven Retourenmanagements:

- **Retourendokumente:** Erleichterte Rückgabe von Produkten durch Bereitstellung von Rücksendeformularen und Retourenlabeln. Dies vereinfacht das Rücksendeverfahren und erhöht die Kundenzufriedenheit. Für den Online-Händler bedeutet eine schnelle Rück-

sendung, dass die Ware zügig weiterverkauft werden kann.

- **Qualitätskontrolle:** Erfassung, Prüfung und Bewertung retournierter Artikel. Die Bewertung mündet schließlich in der Entscheidung, ob ein Artikel weiterverkauft werden kann oder entsorgt werden muss.

- **Lagerhaltung:** Durch eine rasche Wiedereinlagerung von retournierten Artikeln sind diese schnell wieder für den Verkauf verfügbar.

- **Kundenservice:** Der Kundenservice nimmt Rücksendeanfragen an und bearbeitet diese. Bei Problemen findet der Kundendienst eine praktikable Lösung oder eskaliert schwierige und komplexe Fälle an höhere Instanzen. Der Kundenservice organisiert Rückerstattungen, Gutschriften und auch den Austausch von Produkten. Schnelligkeit und Korrektheit sind hierbei wichtig, um die Kundenzufriedenheit zu erhalten. Außerdem sammelt der Kundenservice

die Rückmeldungen und Rücksendegründe von Kunden, die die Basis für langfristige Verbesserungen darstellen. Ein effektiver Kundenservice kann zu einer positiven Erfahrung bei einer Rücksendung beitragen und somit die Kundenbindung stärken.

WIE KANN DATA QUALITY MANAGEMENT DABEI HELFEN, RETOUREN ZU REDUZIEREN?

Data Quality Management (DQM) kann eine entscheidende Rolle dabei spielen, um Rücksendungen zu reduzieren. Im Einzelnen lässt sich dies durch folgende Maßnahmen erreichen:

- **Produktqualität verbessern:** Das DQM ermittelt bestehende Qualitätsdefizite durch Analysen von Kundenfeedback und der Daten aus den Retouren. Fehlerhafte Produkte werden so schnell gefunden und Maßnahmen für Korrekturen eingeleitet. Das DQM sorgt damit für die Korrektheit und Konsistenz der Daten aus der Produktion und reduziert künftige Produktfehler.

- Genaue Produktbeschreibungen:

Das Data Quality Management stellt durch hochwertige Daten sicher, dass die Produktinformationen und Bilder, die technischen Daten und Spezifikationen korrekt, genau und vollständig sind. So lassen sich Missverständnisse und Fehlkäufe auf Seiten des Kunden vermeiden.

- Effektives Bestandsmanagement:

Die richtige Lagerung von Waren hilft Schäden vorzubeugen. Um das Versenden falscher Artikel und Überverkäufe

zu vermindern, sind aktuelle Bestandsdaten essenziell.

- Personalisierte Kundenansprache:

Analysen der Kundendaten erlauben personalisierte Empfehlungen und die Durchführung gezielter Marketing-Kampagnen. So kann auf die Wünsche und Bedürfnisse der Kunden eingegangen und die Kundenzufriedenheit erhöht werden.

- **Effiziente Lieferkette:** Die vom DQM bereitgestellten hochwertigen und ge-

nauen Daten ermöglichen Planungssicherheit und Optimierung der Lieferzeiten. Außerdem lassen sich potenzielle Probleme in der Lieferkette frühzeitig erkennen und beheben.

- Optimierung des Kundenservice:

Daten aus dem DQM bieten dem Kundenservice die Möglichkeit, schnell und genau auf Kundenanfragen zu reagieren. Durch regelmäßige Analysen von Kundendaten und -feedback können wiederkehrende Probleme erkannt und gelöst werden.

Der Umgang mit Retouren bietet bei vielen Online-Händlern noch Optimierungspotential. Bereits durch die Umsetzung von nur wenigen der genannten Bausteine des Retourenmanagements ist es möglich, Rücksendungen zu reduzieren – z.B. durch die Anpassung der Produktinformationen oder einer verbesserten Versandverpackung. Das Data Quality Management kann hierbei unterstützen, indem es hochwertige Daten zur Verfügung stellt, um die Ursachen von Retouren zu ermitteln und zu beseitigen. Ganz vermeiden lassen sich Retouren sicher nicht. Indes kann durch ein kluges Retouren- und Data Quality Management, sowie der Optimierung des gesamten Verkaufsprozesses, eine erhebliche Reduktion von Rücksendungen im E-Commerce gelingen.

MULTICHANNELMARKETING: VIELE KANÄLE FÜR MEHR ERFOLG IM DIGITALEN MARKT

Verbesserte Kundenerlebnisse, zielgenauere Ansprache. Was es zu beachten gilt

Im digitalen Zeitalter erwarten Kunden nahtlose Produkt-erlebnisse über verschiedene Kanäle hinweg – sei es im stationären Handel, über E-Commerce-Plattformen, soziale Medien oder mobile Apps. Multichannelmarketing nutzt mehrere Kommunikations- und Vertriebskanäle parallel, um den Kunden auf dem Weg anzusprechen und zu binden, den er bevorzugt.

Unternehmen, die sich mit einem Multichannelmarketing am

Markt positionieren, haben nachweisbar höhere Marktanteile. Ein zentraler Aspekt dafür ist ein effizientes Produktdatenmanagement (PDM). Dadurch können konsistente, präzise und aktuelle Produktinformationen über alle Vertriebskanäle hinweg bereitgestellt werden. Die zentrale Herausforderung dabei besteht darin, eine kohärente Markenbotschaft zu kommunizieren und den Kunden unabhängig vom Kanal, dem sog. Touchpoint, optimal anzusprechen.

Reichweite erhöhen und Aufwände durch Medienneutralität reduzieren

Ein großer Vorteil des Multichannelmarketings liegt in der Erhöhung der Reichweite: Durch die Präsenz auf mehreren Kanälen können Unternehmen potenziell mehr Kunden ansprechen. Zusätzlich erhöht die Flexibilität, die dem Kunden geboten wird – etwa durch die Möglichkeit, online zu recherchieren und dann im Geschäft zu kaufen –, die Wahrscheinlichkeit eines Kaufs. Diese flexible Verbindung von Online- und Offline-Erlebnissen ist besonders entscheidend für eine erfolgreiche Kundenbindung und Umsatzsteigerung.

Wie eingangs erwähnt, ist die konsistente und stets aktualisierte Bereitstellung der erforderlichen Produktinformationen mit die größte Herausforderung. Die Produktdaten müssen zunächst einmal medienneutral in einem System vorgehalten werden. Aus diesem System können sie dann in den verschiedenen Marketingkanälen genutzt werden.

Hinzu kommt, dass die verschiedenen Vertriebskanäle unterschiedliche Anforderungen an die Eigenschaften von Produktdaten haben. Das lässt sich gut am Beispiel von unterschiedlichen Bildgrößen illustrieren. Für einen Onlineshop muss das gleiche Bild in einer anderen Größe vorgehalten werden, als es in die Druckdatei für einen Katalog eingesetzt wird.

Mehr Kundenbindung und personalisierte Zielgruppenansprache führen zu mehr Bestellungen

Multichannelmarketing erhöht in jedem Fall die Kundenbindung. Durch die Präsenz auf verschiedenen Plattformen können Unternehmen mehrere Berührungspunkte (Touchpoints) mit ihren Kunden schaffen. Die Folge sind nachhaltigere Kundenerlebnisse und eine gesteigerte Markentreue.

Dies ist nicht zuletzt deshalb der Fall, weil Marketingmaßnahmen gezielter durchgeführt werden können. Durch die

Unternehmen müssen sicherstellen, dass die Produktinformationen stets korrekt und aktuell sind. Weichen z. B. Bilder in unterschiedlichen Medien voneinander ab, ist ein konsistentes Einkaufserlebnis nicht möglich. Das Vertrauen der Kunden in die Marke kann hierdurch leiden.

Eine weitere Herausforderung ist die Fragmentierung von Daten. In vielen Unternehmen speichern verschiedene Abteilungen ihre Produktinformationen in isolierten Systemen. Sogenannte „Datensilos“ entstehen. Ganz abgesehen von einem erhöhten, mehrmaligen Pflegeaufwand führt dies zu Inkonsistenzen. Gleichzeitig wird eine einheitliche Datenbasis faktisch unmöglich. Das Kundenerlebnis wird dadurch negativ beeinflusst. Die Integration eines PIM-Systems hilft entscheidend, um diesen Herausforderungen zu begegnen und die Datenkonsistenz sicherzustellen.

Durch ein PIM-System erhöht sich automatisch der Wirkungsgrad von Produktinformationen. Ihre Verwaltung wird effizienter, die Datenqualität steigt und die mit den Daten verbundenen Kundenerlebnisse verbessern sich zwangsläufig.

Integration von Daten aus verschiedenen Kanälen können Unternehmen besser verstehen, wie ihre Kunden interagieren und welche Vorlieben sie haben. So wird es möglich, personalisierte Angebote zu erstellen, die die Wahrscheinlichkeit eines Kaufs erhöhen. Besonders im Online-Handel bieten solche datenbasierten Marketingstrategien großes Potenzial, da sie auf das individuelle Verhalten und die Interessen der Kunden eingehen.

Cross-Selling: Zubehör zielgerichtet verkaufen

Solche Effekte können nicht zuletzt auch durch sog. Cross-Selling erreicht werden. Im Cross-Selling werden den Kunden über verschiedene Kanäle ergänzende oder verwandte Produkte angeboten. Beispielsweise könnte ein Kunde, der online ein Smartphone gekauft hat, über eine mobile App oder per E-Mail Empfehlungen und Angebote für passendes Zubehör (z. B. eine Schutzhülle) erhalten. Auch um eine solche Strategie zu ermöglichen, ist es erforderlich, die zusammengehörigen Produktinformationen konsistent bereit zu halten. Die

gezielte, personalisierte Nutzung mehrerer Vertriebskanäle erhöht den durchschnittlichen Bestellwert.

Darüber hinaus eröffnet Cross-Selling im Multichannelkontext die Möglichkeit, das Potenzial mehrerer Touchpoints zu nutzen. So können etwa Cross-Selling-Angebote in einem Online-Shop präsentiert und später im stationären Handel verstärkt werden. Solche kanalübergreifenden Angebote führen zu einer intensiveren Kundenbeziehung.

Gute Daten, gute Umsätze. Über alle Kanäle hinweg.

Multichannelmarketing ist für Unternehmen also ein wesentlicher Erfolgsfaktor in der digitalisierten Handelslandschaft. Die Fähigkeit, Kunden über verschiedene Vertriebskanäle hinweg zu erreichen und ihnen ein konsistentes, personalisiertes Einkaufserlebnis zu bieten, verbessert Reichweite, Kundenbindung und steigert die Umsätze. Effizientes Produktdatenmanagement spielt dabei eine Schlüsselrolle. Unternehmen, die Multichannelmarketing erfolgreich nutzen, setzen auf eine enge Verzahnung von PDM und automatisierten Prozessen.

KI REVOLUTIONIERT DEN E-COMMERCE: SHOPWARE INTEGRIERT KI-FUNKTIONEN IN DAS SHOPSYSTEM

Die KI-Technologie ist beliebt wie nie. Und sie revolutioniert unser aller Einkaufserlebnisse im Online-Handel! Moderne Shopsysteme setzen auf KI, um personalisierte Produktempfehlungen zu bieten, Kundenservice durch smarte Chatbots zu optimieren und Geschäftsprozesse effizienter zu gestalten.

Shopware gilt als Vorreiter und treibt die Entwicklung smarter KI-Funktionen in seinem Shopsystem immer weiter voran.

WELCHE FEATURES HAT SHOPWARE IN SACHEN KI ZU BIETEN? DER AI COPILOT BÜNDELT SHOPWARES BRANDNEUE KI-FUNKTIONEN

Shopware 6 hat mit dem AI Copilot eine leistungsstarke Suite von KI-Funktionen entwickelt, die darauf abzielt, den Betrieb von Onlineshops effizienter und benutzerfreundlicher zu gestalten – etwa durch die Optimierung von Geschäftsprozessen und personalisierter Kundenerfahrungen. Diese innovativen KI-Tools nutzen maschinelles Lernen und künstliche Intelligenz, um verschiedene Aspekte des Online-Handels zu verbessern und zu automatisieren. Davon profitieren nicht nur die Betreiber der Onlineshops, sondern auch die Kunden.

Die Funktionen des AI Copilot sind in Shopware 6 ab der Version Rise verfügbar.

Folgende Anwendungsbereiche werden abgedeckt:

- KI-generierte Produktbeschreibungen
- KI-generierte Produkteigenschaften
- KI-generierte Inhalte für die Erlebniswelten
- Suche per Kontext
- Suche per Bild
- Keyword-Assistent für Bilder
- KI-basierte Kundenklassifikation
- KI-Exportassistent
- KI-generierte Zusammenfassung von Produktbewertungen
- KI-gestützte Übersetzung von Rezensionen
- Benutzerdefinierte Checkout-Nachricht

Im Folgenden werden die für Online-Händler interessantesten KI-basierten Funktionen des AI Copilot in Shopware 6 detailliert beschrieben.

ERSTELLUNG VON PRODUKT-BESCHREIBUNGEN

Eine der bemerkenswertesten Funktionen des AI Copilot ist die Erstellung von automatisierten Produktempfehlungen. Der AI Copilot analysiert das Kaufverhalten der Kunden sowie deren Interaktionen mit der Website. Das Tool bietet, basierend auf den Ergebnissen der durchgeführten Analysen, personalisierte Produktempfehlungen an. Das Nutzerverhalten wird untersucht, um Muster zu erkennen und für den Kunden relevante Produkte vorzuschlagen. Durch diese personalisierte Ansprache wird nicht nur der Umsatz gesteigert, sondern auch die Kundenzufriedenheit erheblich erhöht. Die Kunden fühlen sich dadurch besser verstanden und erhalten maßgeschneiderte Produktempfehlungen, die ihre Einkaufserfahrung verbessern.

PRODUKTEIGENSCHAFTEN

In Shopware 6 ist es mit dem AI Copilot nun ebenfalls möglich, sich anhand von Produktbeschreibungen die zugehörigen Produkteigenschaften für Produkte von der KI vorschlagen zu lassen. Ausgehend von der bereits vorhandenen Produktbeschreibung lassen sich so schnell und einfach neue Produkteigenschaften identi-

fizieren und zuweisen. Die aufwendige und eintönige manuelle Pflege der Produkteigenschaften lässt sich somit effizienter durchführen.

CONTENT-ERSTELLUNG IN DEN ERLEBNISWELTEN

Shopware 6 bringt mit dem Feature der Content-Erstellung in den Erlebniswelten ein Tool mit, welches es Redakteuren noch einfacher macht, Inhalte komfortabel und schnell zu erstellen. Der AI Copilot lässt sich aus den Inhaltselementen heraus aufrufen und macht es damit möglich, einen ersten Textentwurf basierend auf den Kriterien des Redakteurs zu erstellen. Der Text lässt sich anschließend weiter verfeinern und auf Wunsch automatisiert in andere Sprachen übersetzen.

INTELLIGENTE SUCHFUNKTIONEN

Die intelligente Suchfunktion ist ein weiterer Bereich, in dem der AI Copilot glänzt. In Shopware 6 sorgt der AI Copilot dafür, dass Kunden schnell und präzise die Produkte finden, nach denen sie suchen. Zwei Funktionen stehen für die Suche zur Verfügung: Die bildbasierte und kontextbasierte Suche. Die bildbasierte Suche kann auf Bilddaten zurückgreifen, die durch den Kunden hochgeladen wurden und anhand des Kundenbildes passende Produktvorschläge machen. Oder der Kunde kann statt einzelnen Worten (sog. Keywords) einen ganzen Satz

aus der Alltagssprache für seine Suchanfragen verwenden. Dabei handelt es sich um die kontextbasierte Suche. Die KI lernt aus jeder Interaktion und verbessert kontinuierlich die Suchergebnisse. So wird sichergestellt, dass die Kunden stets die für sie relevantesten und genauesten Ergebnisse erhalten. Die Frustration bei der Produktsuche wird vermindert und die Wahrscheinlichkeit eines Kaufs steigt.

Automatisierte Erstellung von Keywords für Bilder, die im Shopware-Backend in der Medienbibliothek hochgeladen werden, können durch den AI Copilot analysiert und mit passenden Keywords verschlagwortet werden. Die Keywords werden in den Metadaten des jeweiligen Bildes gespeichert. Somit sind sie auch über die Suche in der Administration von Shopware schnell auffindbar. Diese Vorgehensweise erleichtert die Suche nach passenden Bildern bei der Content-Erstellung und -pflege, was die Arbeit erleichtert und die Effizienz der Redakteure enorm verbessert.



KUNDENKLASSIFIKATION

Ein weiterer bedeutender Vorteil des AI Copilot ist die Fähigkeit, anhand bisheriger Bestellungen für Kunden eine Klassifikation vorzunehmen und den einzelnen Kunden ein entsprechendes Label zuzuordnen. Diese Klassifikation wird anhand von gemeinsamen Merkmalen oder Verhaltensweisen der Kunden vorgenommen. Die KI generiert dann für jede gefundene Klassifikation ein passendes Label und eine Regel. Die Regel spiegelt wider, warum ein bestimmter Kunde ein bestimmtes Label bekommt. Die so gefundene Klassifikation der Kunden kann für Marketingzwecke genutzt werden, beispielsweise für gezielte Kundenmailings. Durch maßgeschneiderte Angebote und Nachrichten fühlen sich Kunden individuell angesprochen und sind eher bereit, auf die Kampagnen zu reagieren. Dies führt zu einer höheren Konversionsrate und einem besseren Return on Investment (ROI) für Marketingaktivitäten.

SMARTE EXPORTFUNKTION

Durch die KI-gestützte Exportfunktion ist es in Shopware 6 zukünftig sehr einfach und komfortabel möglich, sich nur bestimmte Daten exportieren zu lassen. Dies ist möglich, indem der AI Copilot Export-Assistent eine natürlichsprachliche Eingabe bekommt, etwa wie diese "Gib mir alle Bestellungen von letzter Woche." Daraus generiert die Anwendung eine Datenbankabfrage, um die gewünschten Daten zu beschaffen. Anschließend ist das Ergebnis als Vorschau und als CSV-Datei verfügbar. Im Vergleich zum Standard-Export werden mit der smarten Exportfunktion nur die Daten exportiert, die

aktuell benötigt werden. Dies erleichtert die Optimierung von Geschäftsprozessen sowie Datenanalysen und datenbasierte Entscheidungen erheblich.

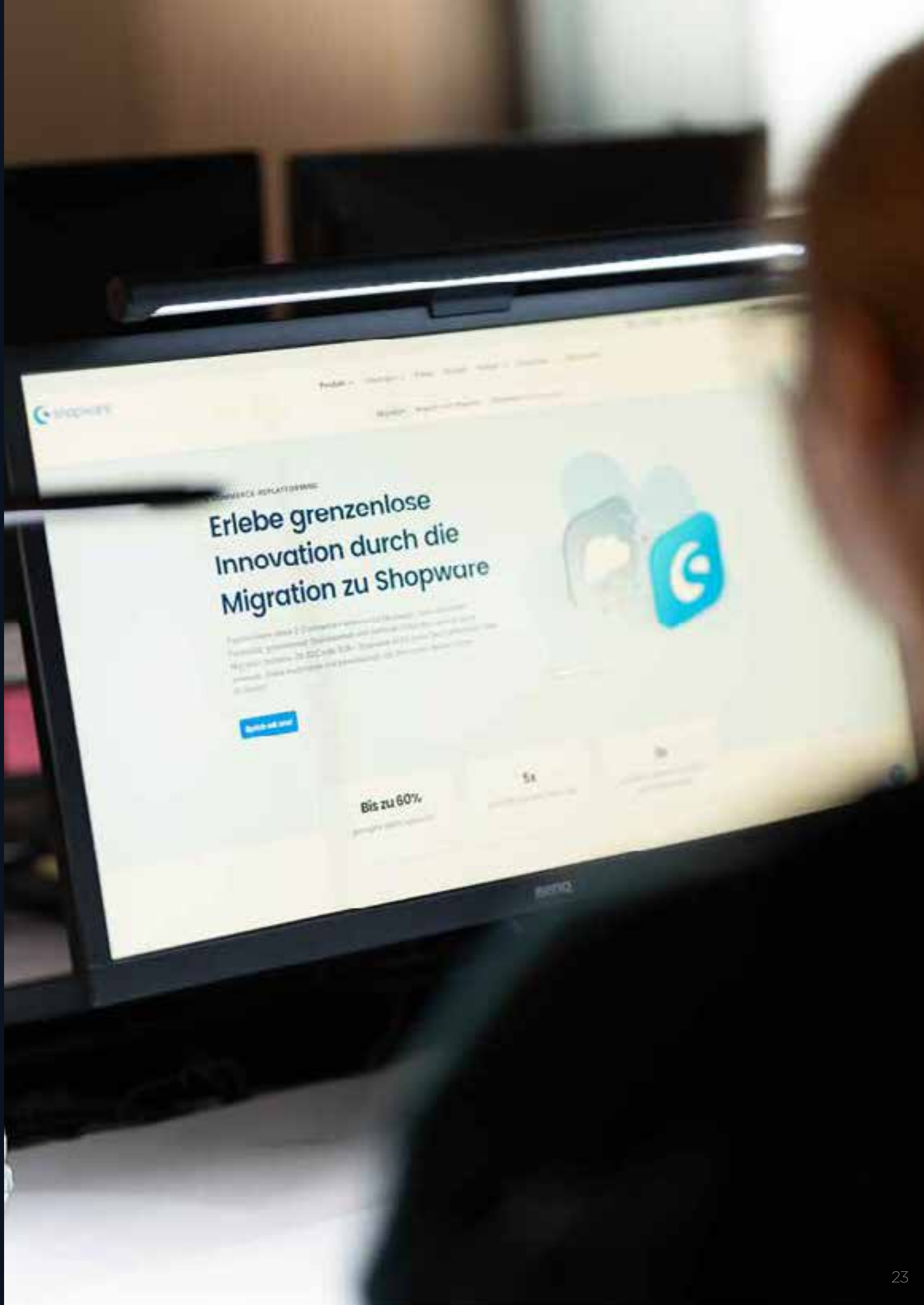
WEITERE FUNKTIONEN IM AI COPILOT

Shopware 6 hat noch einige weitere Feature im AI Copilot in petto: es ist möglich, von der KI eine Zusammenfassung aller Bewertungen erstellen zu lassen, die zu einem Produkt vorhanden sind. Diese Zusammenfassung lässt sich im Nachgang überprüfen und anpassen. Anschließend kann sie auf der entsprechenden Produktdetailseite im Frontend angezeigt werden. Durch die Zusammenfassung der bisherigen Produktbewertungen lässt sich besser verstehen, wie ein Produkt wahrgenommen wird. Kaufentscheidungen können den Kunden damit erleichtert werden.

Vorhandene Produktbewertungen sind durch den AI Copilot automatisiert in weitere Sprachen übersetzbar - ideal für Online-Händler, die auch international agieren. Die Kunden können sich so ein besseres Bild vom jeweiligen Produkt machen. Was wiederum das Einkaufserlebnis selbst als auch die Produktbewertungen an sich langfristig verbessert und die Rückgabenquote sinken lässt.

Desweiteren kann dem Kunden nach erfolgreichem Kauf eine personalisierte Nachricht auf Basis des letzten Warenkorbes in der Storefront angezeigt werden - ein KI-gestütztes Feature, das die Kundenbindung stärkt.

Durch die Integration der vielfältigen KI-Funktionen im AI Copilot bietet Shopware 6 eine umfassende Lösung für die Herausforderungen des modernen E-Commerce. Online-Händler und deren Kunden profitieren gleichermaßen von den smarten Funktionen. Für die Händler bietet die Automatisierung von Workflows mehr Komfort und Effizienz bei der Pflege des Shops und der Produktdaten. Den Kunden bieten die smarten Funktionen noch präzisere Produktinformationen und ein angenehmes Einkaufserlebnis. Letztlich führen die KI-Feature von Shopware 6 zu größerer Effizienz, einer verbesserten Kundenerfahrung und Kundenbindung sowie zu steigenden Umsätzen.





WIR ERWEITERN UNSER PORTFOLIO UM WORDPRESS

Damit eine Webseite zum echten Kundenmagneten wird, muss sie nicht nur optisch überzeugen, sondern auch zielgruppengerecht und technisch auf dem neuesten Stand sein. Nur so wird sie zu einem unverzichtbaren Bestandteil einer erfolgreichen Digitalstrategie. Bei IANEO arbeiten wir mit einem Team von Spezialisten, die verstehen, wie wichtig eine starke Internetpräsenz für digitale Geschäftsmodelle ist. Unser Ziel ist es, gemeinsam mit dir eine Webseite zu entwickeln, die durchdacht, funktional und perfekt auf deine Bedürfnisse abgestimmt ist.

NEXT LEVEL FÜR DEINE WEBSEITE: MANUEL IM TECHNO-PODCAST

In unserem aktuellen Podcast sprechen wir mit Manuel, unserem Experten für professionelle Webseiten, über die besten Strategien und Technologien, die Webseiten auf das nächste Level bringen. Er erklärt, wie er in der Webentwicklung tief in jedes Projekt eintaucht und maßgeschneiderte Sites schafft, die auf Nutzerverhalten abgestimmt sind.

Hört rein und erfahrt mehr darüber, wie wir bei IANEO Webseiten mit WordPress erstellen und pflegen – von der ersten Idee bis zur perfekten Umsetzung.



WERDE TEIL
UNSERES TEAMS....

AZUBIS GESUCHT
TRITT DIE NACHFOLGE
VON DANIEL UND LEON AN!



Foto vlnr.
Unsere Azubis
Leon und Daniel

**Haben ihre Ausbildung
bereits erfolgreich
abgeschlossen**
Matthias und Nikita

NIKITA UND MATTHIAS ERZÄHLEN EUCH
VON IHRER AUSBILDUNG BEI IANEO

Nikita
Ausbildung bei IANEO
von 2021-2024
als Fachinformatiker
im Bereich
Anwendungsentwicklung

WERDE TEIL
UNSERES TEAMS....

Unsere beiden ehemaligen Azubis, Nikita und Matthias,
haben ihre Ausbildung bei uns bereits erfolgreich
abgeschlossen – herzlichen Glückwunsch!
Daniel und Leon befinden sich im letzten Jahr ihrer
Ausbildung. Das bedeutet aber auch: Wir sind wieder auf
der Suche nach motivierten Nachwuchskräften!

Für 2025 suchen wir Azubis für die Ausbildung zum
Fachinformatiker Anwendungsentwicklung (m/w/d).
Wenn ihr jemanden kennt, der jemanden kennt, der
wiederum jemanden kennt (ihr wisst ja, wie das im
Saarland läuft), dann erzählt es gerne weiter. Wir freuen
uns auf spannende Bewerbungen und darauf, neue
Talente in unserem Team willkommen zu heißen!



Und es gibt noch mehr: Wir haben kürzlich mit unseren
„Ex-Azubis“ Nikita und Matthias gesprochen und die
Interviews in zwei Podcast-Folgen festgehalten. Darin
erzählen sie von ihren Erfahrungen in der Ausbildung,
ihren Projekten und was sie heute bei IANEO machen.
Hört gerne rein – es lohnt sich!

Nächstes Jahr sind dann Daniel und Leon an der Reihe.
Sie machen gerade ihre Ausbildung als Fachinformatiker
für Anwendungsentwicklung in unserer Web-Abteilung.
Wir sind jetzt schon neugierig, was sie uns 2025 über
ihre Zeit bei uns berichten werden.



Matthias
Ausbildung bei IANEO
von 2022-2024
als Fachinformatiker
im Bereich
Systemintegration





ERZÄHL MAL ...

DAS FORMAT VON IANEOS FÜR IANEOS UND ALLE,
DIE WISSEN WOLLEN, WIE ES BEI UNS IST

Marc Siebenpfeiffer ist Mitglied der G7. Wir feiern bei der Neujahrsparty am 31.01.2025 sein 10-jähriges Jubiläum bei IANEO.

Eigentlich wäre dieser Podcast eine ganz besondere Folge geworden, denn auch unser geschätzter Moderator Tom wird im Januar 2025 seit 10 Jahren dabei sein. Leider konnte Tom bei der Aufnahme jedoch nicht dabei sein, da er sich erkältet hatte. Deshalb übernahm Sebastian aushilfsweise die charmante Moderation. Sobald Tom wieder gesund ist, wird es eine Special-Folge mit ihm geben.

Nun aber zurück zu Marc: Gemeinsam mit Bernd leitet er unsere Web-Abteilung. Seine Leidenschaft steckt somit in der Erstellung und Optimierung von Online-shops.

Im Erzähl Mal-Format sprach Sebastian mit Marc über seine lustigsten und bewegendsten Stories bei IANEO. Hört gleich 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.

IT.CON x CYBR360.

SONDERTEIL ZUR MESSE

IT.CONNECT x CYBR360. WIR STELLEN AUS

DIGITALISIERUNG ALS SCHLÜSSEL ZUM STRUKTURWANDEL

Am 5. November stellen wir bei der IT.CON – Der Fachmesse für IT und Cybersicherheit in der Congresshalle Saarbrücken aus.

Unser Land befindet sich in einem Strukturwandel. Ohne Zweifel ist die Digitalisierung dabei in mehrerer Hinsicht eine Säule. Nicht nur, aber auch und gerade im Saarland.

Digitalisierung eröffnet neue Chancen und sie sichert Arbeitsplätze. Sie schafft neue Perspektiven und legt eine der Grundlagen, damit das Saarland zukunftsfähig bleibt.

Für IANEO – als ein Bestandteil der IT-Branche im Saarland – ist diese Sicht entscheidend, denn uns, wie allen anderen Unternehmen unserer Branche, kommt eine verantwortungsvolle Rolle zu: Als IT-Unternehmen sind wir Wegbereiter für die Transformation und wir treiben Innovationen voran, die weit über die Grenzen des Saarlandes hinauswirken.

Deshalb beteiligen wir uns bewusst und mit großem Engagement an der IT.CON. Das Saarland soll sich zu einem IT-Standort entwickeln, der weit über die Landesgrenzen hinaus strahlt. Wir haben uns ganz bewusst für diesen Standort entschieden und arbeiten intensiv daran, ihn zu stärken.

Die Idee zur IT.CON wurde im Rahmen einer Initiative von IT-Unternehmen der Wirtschaftsregion Saarbrücken e.V. geboren, zu deren Mitgliedern wir gehören. Von Anfang an war es uns ein wichtiges Anliegen, aktiv an diesem Projekt mitzuwirken. Wir sind davon überzeugt, dass die IT-Branche ein neues Messeformat braucht – und dass unsere Region die idealen Voraussetzungen bietet, um solch ein Format erfolgreich umzusetzen.

Die IT.CON ist mehr als nur eine Messe. Sie hat das Potenzial, das Saarland als IT-Region weit über seine Grenzen hinaus bekannt zu machen und die Stärken der IT-Wirtschaft

zu präsentieren. Mit dem klaren Fokus auf Digitalisierung, Innovation und Netzwerkarbeit ist die IT.CON die Bühne für „Digitalisierung made in Saarland“.

Deshalb sind wir mit großem Engagement dabei. Wir glauben fest daran, dass dieses neue Format nicht nur die regionale IT-Branche stärkt, sondern auch große Aufmerksamkeit jenseits der Landesgrenzen auf die Innovationskraft unserer Region lenkt.

Das vielfältige Rahmenprogramm, bestehend aus Vorträgen, Diskussionsrunden und Workshops, bietet eine einmalige Gelegenheit, sich über die neuesten Trends und Entwicklungen zu informieren und wertvolle Kontakte zu knüpfen. Diese Vernetzung ist umso wichtiger, da traditionelle IT-Messen immer mehr an Bedeutung verlieren. IT.CONNECT MEETS CYBER-SECURITY DAY schließt diese Lücke. Doch dieser Messekongress soll nicht nur eine einmalige Ver-

anstaltung bleiben. Das Ziel ist es, ein Format zu etablieren, das sich langfristig zu einer IT-Leitmesse mit überregionaler Bedeutung entwickelt. Ein starkes Netzwerk der saarländischen IT-Branche könnte so entstehen, das auch außerhalb der Messe aktiv bleibt und die Bedeutung der IT-Wirtschaft für den Strukturwandel im Saarland nachhaltig unterstreicht.

Wir freuen uns, dass wir Teil dieses zukunftsweisenden Events sind. Während der Messe zeigen wir Praxisbeispiele aus der Region, die mustergültige Digital-Strategien darstellen, für die IANEO die Technologien erstellt hat.

Unser Ziel ist es, regionale Investitionen zu fördern und unser Netzwerk aus Agenturen, Fördermittelgebern, Innovationshubs und Forschungsinstituten zu bündeln. Dies soll neue Impulse für Kunden und Akteure bringen, Fachkräfte im Saarland sichern und neue Arbeitsplätze schaffen.

WAS ZEIGT IANEO BEI DER IT.CON?

Unsere Leidenschaft für gute Daten

Unser Land befindet sich in einem Strukturwandel. Ohne Zweifel ist die Digitalisierung dabei in mehrerer Hinsicht eine Säule. Nicht nur, aber auch und gerade im Saarland.

DREI MESSE-HIGHLIGHTS



KI FÜR PRODUKTTTEXTE

100.000 Artikel mit optimierten Produkttexten gleichzeitig versehen. Texte für Produkte und Artikel werden KI-gestützt innerhalb weniger Sekunden vollautomatisch erstellt.



EIN TOOL FÜR ALLE ONLINESHOPS

Aus einer Datenbank unterschiedliche Shops befüllen. Das geht mit unseren Schnittstellen im PIM-System. Shopsysteme für jedes Projekt: Onlineshops state of the art und zielgruppengerecht.



HERAUSRAGENDE DATEN MIT MEHRWERT

Kein digitales Geschäftsmodell ohne gute Daten. Wir zeigen die wirklich einfache Datenverwaltung für neue Geschäftsmodelle und wie mit Daten Mehrwerte leicht und einfach erzeugt werden.

UNSER VORTRAG BEI DER IT.CON

DER MITTELSTAND KANN DIGITAL

KOSTEN SENKEN UND ABSATZ STEIGERN FÜR HÄNDLER UND HERSTELLER

Dirk's Vortrag zeigt die Hürden digitaler Markterschließung im Mittelstand und mit welchen Technologien sie jedes Unternehmen leicht meistert. Dabei werden wir den Besuchern echte Mehrwerte und Inspirationen mit auf den Weg geben. Sie werden sehen, wie man mit KI, Tools, Daten und Performance dem Wettbewerb immer eine Datenlänge voraus sein kann.

Wo: SAAL OST - IT-Best-Practice Stage
Wann: 12:05 - 12:25 Uhr



IANEO UND DER MITTELSTAND

25 JAHRE KOMPETENZ IN DIGITALEN VERMARKTUNGSSTRATEGIEN

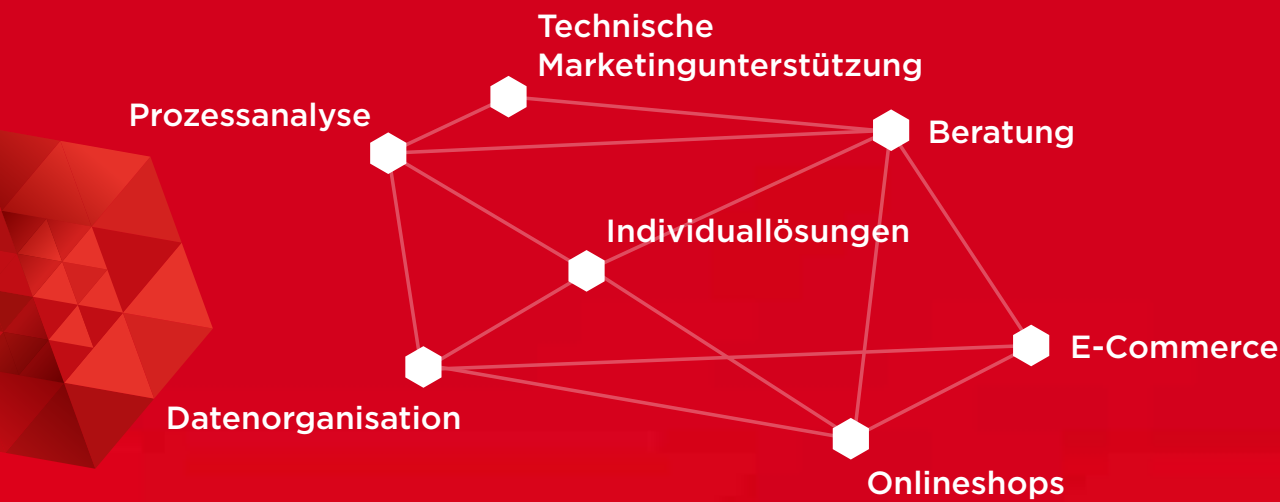
Wir blicken auf 25 Jahre Erfahrung in der Entwicklung digitaler Vermarktungsstrategien zurück. IANEO arbeitet eng mit mittelständischen Unternehmen und Konzernen in der DACH-Region zusammen und bietet maßgeschneiderte Softwarelösungen, die über den Standard hinausgehen.

Mit tiefem Verständnis für die Prozesse und Bedürfnisse des Mittelstands entwickelt IANEO Spitzentechnologien, die Umsätze steigern, Prozesse verbessern und Unternehmen auf den digitalen Erfolgskurs bringen. So schafft IANEO die technologische Basis für innovative Geschäftsmodelle und unterstützt visionäre Unternehmen auf ihrem Weg in die digitale Zukunft.



KOMPETENZZENTRUM FÜR DIGITAL BUSINESS - EIN ÜBERBLICK

Gründungsjahr: 2000 | Inhabergeführt und investorenunabhängig



37,3 JAHRE
ALTERSDURCHSCHNITT

4,9 JAHRE
BETRIEBSZUGEHÖRIGKEIT

36 %
FRAUENQUOTE

4,7
KUNUNU-SCORE



„FELLER HAT DIE BESTEN
PRODUKTDATEN IN DER SCHWEIZ!“

Raúl Bonadé, Leiter Produkt- und Datamanagement
Feller AG

UNSERE KUNDEN: SPEKTRUM DER MÖGLICHKEITEN

Unsere Referenzen sind so vielfältig wie die Branchen, für die wir arbeiten. Die Technologien von IANEO sind bei Konzernen genauso gewinnbringend im Einsatz wie bei kleinen und mittleren Unternehmen.

Wir finden für jeden Kunden das passende Lösungskonzept und begleiten ihn mit Begeisterung auf dem Weg in die Produktkommunikation von morgen.

Unsere Lösungen schaffen die Grundlage für eine erfolgreiche Produktkommunikation und stützen die Geschäftsmodelle unserer Kunden. Dieser Verantwortung sind wir uns bewusst.

Wir pflegen enge, langfristige Kundenbeziehungen. Exemplarisch dafür ist die Feller AG aus Horgen (CH). Für Feller arbeiten wir schon seit unserer Firmengründung.

Hier eine Auswahl unserer Kunden:
Wir freuen uns, viele weitere Unternehmen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz auf ihrem Weg der digitalen Transformation begleiten zu dürfen.



GROSSE JAHRESUMFRAGE UND FEEDBACKGESPRÄCHE DEINE CHANCE, IANEO ZU LENKEN.

Man fasst es kaum. Haben wir nicht eben noch die neue Strategie für das laufende Jahr 2024 erstellt? Haben wir uns nicht eben noch Gedanken dazu gemacht, wie wir in Zukunft arbeiten wollen, was Zusammenhalt und Innovation für uns als IANEOs bedeuten und wie unsere Ziele sind?

Ja. So ist es. Und was will man sagen: Es geht auf das Jahresende zu und das bedeutet, dass wir uns genau mit diesen Themen wieder beschäftigen. Und warum?

Damit wir das Jahr 2024 Revue passieren lassen, bewerten, was wir geschafft haben und daraus lernen für das kommende Jahr.

Also same procedure as every year: Auf euch kommt als erstes die große Jahresumfrage zu.

Sie ist dieses Mal zu weiten Teilen der Umfrage aus dem letzten Jahr sehr ähnlich. (Nicht weil wir uns keine neuen Fragen überlegen wollten, sondern damit wir ein besseres Benchmark erstellen können und sehen, wie wir uns weiterentwickelt haben.)

Bitte nehmt euch die Zeit. Denn: Euer Feedback in der Umfrage ist die Grundlage für alles was folgt. Eure Antworten sind Hinweise, worauf wir bei der Erstellung der Strategie 2025 achten müssen. Deshalb ist eure Beteiligung ein super wichtiger Beitrag für die Weiterentwicklung der ganzen Firma.

Ihr nehmt damit direkten Einfluss auf die Ausarbeitung unserer strategischen Ziele, auf die Festlegung der Agenda des G7 Gipfels und könnt euch konkret einbringen und der Firma neue Impulse geben. So lenkt ihr IANEO auch im kommenden Jahr mit. Abgabeschluss für die Umfrage ist der 15. November.

DENK DRAN: NUR DEINE ANTWORT ZÄHLT!

In den Zeitraum der Umfrage werden auch die Gespräche mit den Abteilungs- und Teamleitern fallen. Hier habt ihr die Möglichkeit eure persönliche Entwicklung zu besprechen, eure Ziele zu klären und zu besprechen, was ihr für die Weiterentwicklung eurer Abteilung für besonders bedeutsam haltet.

Die Ergebnisse dieser Gespräche und der Umfrage werden wir wie immer sammeln, anonymisiert clustern und so für alle auswerten.

In der zweiten Stufe der Feedbackrunde kommen die Gespräche mit Dirk. Sie finden in diesem Jahr ab dem 25. November statt.

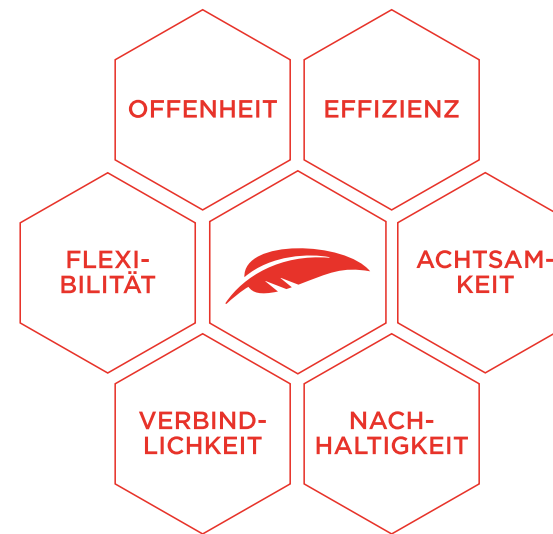
Wie erhalte ich den Gesprächstermin?

Die Termine für die AL/TL-Gespräche erhaltet ihr von euren Abteilungs-/Teamleitern.

Die Terminliste für die Gespräche mit Dirk findet ihr im Intranet bzw. bei Nina. Ihr könnt die Termine tauschen, falls was nicht passt. Nina wird sie euch nach dem Stichtag ins Outlook senden.

Wie immer gilt für alle Gespräche: Lockere Atmosphäre, Gespräch auf Augenhöhe, 30 Minuten, alles kommt auf den Tisch.





25 JAHRE IANEO

Wer kann sich noch daran erinnern? 2015 feierten wir unser 15-Jähriges mit einem Festakt im Rathaus Friedrichsthal. Im kommenden Jahr werden wir 25. Unglaublich. Natürlich wollen wir das mit euch, den IANEOs, aber auch mit unseren Kunden, Netzwerkpartnern und den Freunden von IANEO gebührend feiern. Freut euch auf viele schöne Geburtstagsmomente und ein gehöriges Sommerfest. Wir halten euch über alles auf dem Laufenden.

25 JAHRE IANEO: EIN VIERTELJAHRHUNDERT VOLLER INNOVATION UND ENTWICKLUNG

Ein Rückblick auf unsere Geschichte

Seit unserer Gründung im Jahr 2000 leben wir bei IANEO die Leidenschaft für digitale Lösungen, die echten Mehrwert bieten. Eines war uns dabei immer sehr wichtig: Die Menschen für die und mit denen wir arbeiten.

Manche von uns können sich noch erinnern. Vor 25 Jahren begannen wir als kleines Team mit einer großen Vision. Wir wollten schon immer Unternehmen durch innovative Software und maßgeschneiderte digitale Vermarktungsstrategien erfolgreicher machen. Heute, ein Vierteljahrhundert

später, sind wir stolz darauf, wie weit wir gekommen sind.

Unsere Wurzeln sind und bleiben im Saarland, wo wir mit viel Engagement zu einem festen Bestandteil der digitalen Wirtschaft geworden sind. Vom ersten Tag an hatten wir immer ein klares Ziel vor Augen: die digitale Zukunft aktiv mitzugestalten.

Mit den Jahren haben wir unser Portfolio stetig erweitert. Insbesondere in der Webentwicklung und im E-Commerce

haben wir uns immer weiter spezialisiert. Wir setzen auf moderne Technologien und gehen bei der Entwicklung unserer Lösungen tief ins Detail, um optimale Ergebnisse zu erzielen. Unsere interdisziplinäre Herangehensweise macht uns zu einem vertrauensvollen Partner für Unternehmen in der DACH-Region.

Was uns besonders auszeichnet, ist unsere Nähe zum Mittelstand. Wir verstehen die Herausforderungen, vor denen Unternehmen im digitalen Wandel stehen. Dabei ist es unser Anspruch, mit jedem Projekt kreative, funktionale und nachhaltige Lösungen zu schaffen.

Unser Erfolg basiert nicht nur auf technischer Exzellenz. Es sind die IANEOs, die ein außergewöhnliches und ganz besonderes Team sind. 2016 haben wir uns ein Leitbild gegeben, nach dem wir bis heute unsere Firma ausrichten.

Unsere Werte sind uns immer sehr wichtig. Wir tragen gemeinsam die Idee von "IANEO" als einen guten Ort zum Arbeiten weiter. Spaß bei der Arbeit und unser Zusammenhalt sind uns ein Prinzip. Jede(r) IANEO soll sich bei uns wohl fühlen, sein Privat- mit dem Berufsleben vereinbaren und sich an den Geschicken unseres Unternehmens beteiligen. Wir leben eine hohe unternehmerische Verantwortung füreinander und bewahren zusammen unsere ganz besondere Unternehmenskultur.

Wahrscheinlich haben wir deshalb auch nach 25 Jahren unseren Antrieb nicht verloren und schauen optimistisch in die Zukunft.

Bei all der Digitalisierung, die wir geradezu atmen, haben wir eines nie vergessen: Den Menschen, der im Zentrum unseres Wertbildes steht.





7 TIPPS FÜR DAS IMMUNSYSTEM

Gesunde Ernährung

Regionale und saisonale Lebensmittel bevorzugen und auch Produkte untermischen, die Bakterien enthalten, mit denen das Immunsystem üben kann. Sauerkraut und ein Apfel direkt vom Baum sind super Sparringspartner für das Immunsystem.

Bewegung und frische Luft

Regelmäßige Bewegung an der frischen Luft sorgt für Abwechslung, weil der Körper dann Licht- und Temperaturunterschiede wahrnimmt. Stubenhocker trainieren ihr Immunsystem hingegen kaum. Wer immer nur drinnen am Computer sitzt, gibt seinem Immunsystem das Signal, dass Winter ist und man immer nur mit den gleichen Menschen und Keimen vor dem Ofen sitzt.

Stress vermeiden

Chronischer Stress signalisiert dem Immunsystem, dass aktuell anderes wichtiger ist. Das Stresshormon Kortisol wird ausgeschüttet und wirkt hemmend auf die körperliche Abwehr. Wichtig sind regelmäßige Pausen, in denen die Stresshormone wieder abgebaut werden können.

Soziale Beziehungen

Freunde und Partner entspannen uns, und wenn sie uns umarmen, schüttet unser Körper beruhigende Hormone wie Oxytocin aus. Der Partner ist hierbei ebenso nützlich wie Rohmilch oder Sauerkraut: Seine Bakterien sind auch Sparringspartner für unser Immunsystem.

Ausreichend Schlaf

Es mag etwas defensiv klingen, doch wichtig ist vor allem erst einmal, das Immunsystem nicht zu schwächen. Ausreichend schlafen wäre ein Anfang. »Im Schlaf schüttet das Gehirn Botenstoffe aus, die das Immungedächtnis positiv beeinflussen«, sagt Manfred Schedlowski, Verhaltensimmunbiologe am Uni-Klinikum Essen.

Sport

Ein weiteres Pflegemittel ist Sport. Bei körperlicher Anstrengung produzieren die Muskelzellen Eiweiße, die Entzündungen entgegenwirken. Zwar kann die Abwehr während der Anstrengung kurz schwächeln, weshalb es bei einem akuten Infekt sinnvoller ist, sich etwas zu schonen. Ansonsten aber stärkt regelmäßiger Sport ganz klar das Immunsystem.

Yoga und Meditation

Studien deuten darauf hin, dass beides, regelmäßig ausgeübt, die Menge der Abwehrzellen steigert und das Risiko senken kann, sich zu erkälten. Das liegt vermutlich daran, dass die Übungen Stresshormone reduzieren, die auf Dauer Entzündungen im Körper fördern würden. Was anhaltendem Stress entgegenwirkt, hilft offenkundig auch der Abwehr.



WIR SIND MITTEN IM IGM-HERBST UNSERE THEMEN DIESES MAL:

Herzgesundheit

Im September hatten wir mit Dr. Fatima Goudjil (Cardio-Education) eine Expertin in Sachen Kardiologie zu Gast im IANEO. Sie hat uns in einer Themenpause aufgezeigt, wie wichtig das Thema Herzgesundheit ist. Zu beachten sind besonders die Cholesterinwerte und das sog. Lipidprofil. Diese lassen sich beim Hausarzt bestimmen.

Ergonomie

Im Oktober hatten wir wieder Besuch von der IKK Südwest. Bei einer Arbeitsplatzanalyse wurden die Tische, Stühle und Monitore für jeden individuell eingestellt, um die Ergonomie zu unterstützen. Das erleichtert die Bildschirmarbeit enorm. Experten-Tipp von der IKK: Immer in Bewegung bleiben, auch beim Sitzen. Gemeint ist damit, dass man seine Sitzposition immer mal wieder ändern sollte.

Mehr Infos zum Thema Herzgesundheit und Ergonomie findet ihr im IGM-Themenbereich unseres ISI

NUN BRINGEN WIR BEIDE THEMEN ZUSAMMEN

Bewegungsmangel und Herzgesundheit

Eine ergonomisch schlecht gestaltete Arbeitsumgebung, insbesondere bei Büro- oder Bildschirmarbeit, führt häufig zu Bewegungsmangel. Dieser Bewegungsmangel kann das Risiko für Herz-Kreislauf-Erkrankungen erhöhen. Langes Sitzen und fehlende körperliche Aktivität stehen in direktem Zusammenhang mit:

- Erhöhtem Blutdruck
- Erhöhten Cholesterinwerten
- Gewichtszunahme
- Erhöhtem Risiko für Herzinfarkte und Schlaganfälle

Stressreduktion durch Ergonomie

Ein schlecht eingerichteter Arbeitsplatz kann zu Verspannungen, Schmerzen und allgemeinem Unwohlsein führen, was den Stress erhöht. Stress ist ein bedeutender Risikofaktor für Herzprobleme, da er zu erhöhtem Blutdruck, beschleunigtem Herzschlag und Entzündungen führen kann.

Ergonomisch gestaltete Arbeitsplätze, die eine entspannte Körperhaltung, ausreichende Beleuchtung und eine angenehme Arbeitsatmosphäre fördern, tragen zur Reduktion von körperlichem und psychischem Stress bei.

Weniger Stress bedeutet eine Entlastung des Herz-Kreislauf-Systems.

Ergonomische Sitzhaltung und Blutfluss

Eine unergonomische Sitzhaltung kann zu einer schlechten Durchblutung führen, was das Herz-Kreislauf-System belastet. Langes Sitzen mit gekrümmtem Rücken oder angezogenen Beinen kann den Blutfluss in den unteren Extremitäten behindern und zu einer Venenthrombose führen.

Ein optimal gestalteter Arbeitsplatz hingegen fördert eine gerade Körperhaltung, was den Blutfluss verbessert und den Druck auf das Herz verringert.

Psychische Gesundheit und Herzgesundheit

Die Ergonomie am Arbeitsplatz beeinflusst auch die mentale Gesundheit. Eine angenehme, komfortable Umgebung kann die Konzentration und das allgemeine Wohlbefinden verbessern und Stress reduzieren.

Und eine bessere psychische Gesundheit geht oft mit einer besseren Herzgesundheit einher.

Die BUGSQUAD Übersee



Vergangenem Freitagnachmittag erlebten wir ein aufregendes Abenteuer im Kletterpark. Bei strahlendem Sonnenschein und guter Laune bewältigten wir drei Kletterparcours im Jägersburger Hochseilgarten.

Ein besonderes Highlight (sozusagen der Endgegner) war die rasante Seilrutsche über den Weiher, die bei allen Teilnehmern für begeisterte Jubelschreie sorgte.

Nach den sportlichen Herausforderungen ließen wir den gelungenen Ausflug in einem gemütlichen Biergarten am Weiher ausklingen.



FORCE D' ELITE
auf der Burg Montclair

Nachdem unser Teamevent zum ersten geplanten Termin mehr oder weniger ins Wasser gefallen war, hatten wir am Donnerstag, den 29.08.2024 bei heißem und sonnigem Wetter dafür einen wirklich schönen Tag erwischt. Am frühen Nachmittag sind wir zu unserem Ausflug in Richtung Mettlach aufgebrochen. Geplant war eine insgesamt ca. 6 km lange Wanderung zur Burg Montclair (lat. mons clarus = heller Berg), nahe Saarschleife. Gestartet sind wir von einem nah gelegenen Waldparkplatz aus. Von da an ging es auf einem breiten schattigen Waldweg hoch zur Burg. Oben angekommen, wurden wir mit einer herrlichen Aussicht belohnt. Von den Burgtürmen aus sieht man bis zu der Cloef auf der anderen Seite der Saarschleife. Es war nicht mehr so heiß, wie zwei Stunden zuvor und wir genossen den Ausblick auf die Saar und die weite Fernsicht. Aber der Tag ging dem Ende zu, so mussten wir leider den Rückweg antreten. Müde, hungrig und sehr durstig kamen wir zum Treffpunkt mit Strudi und seinem jungen Labrador Carlos an. Beim leckeren Sushi - Essen konnten wir den Abend gemütlich ausklingen lassen. Alles in einem war es ein sehr schöner Nachmittag, der uns allen Spaß gemacht hat! Mal sehen, wo es uns das nächste Mal hin verschlägt.



BEEANEO – ASIATISCHE HORNISSEN: GEFAHR FÜR UNSERE BIENEN

In den letzten Jahren sind vermehrt Berichte über die sogenannte Asiatische Hornisse (*Vespa velutina*) in Europa aufgetaucht. Umgangssprachlich wird sie auch als „Killer-Hornisse“ bezeichnet. Ursprünglich aus Südostasien stammend, hat sich diese invasive Art in den letzten Jahrzehnten auch in unseren Breitengraden etabliert. Doch was bedeutet das für unsere heimischen Bienen und die ökologische Balance?

Wer ist die Asiatische Hornisse?

Die Asiatische Hornisse ist eine aggressive Jägerin, die besonders durch ihre Vorliebe für Bienen auffällt. Mit ihrer Körpergröße von bis zu drei Zentimetern und ihrem markanten schwarz-gelben Körper wirkt sie imposant. Ihre Größe und die Fähigkeit, Bienen mit präzisen Attacken zu jagen, machen sie zu einem gefürchteten Räuber in Bienenstöcken. Aber keine Sorge: Für den Menschen ist sie weniger gefährlich als bspw. die heimische Europäische Hornisse (*Vespa crabro*), da sie in der Regel nur bei Bedrohung aggressiv wird.

Gefahr für Bienenstöcke

Für Imker und Naturschützer ist die Asiatische Hornisse jedoch eine ernsthafte Bedrohung. Sie jagt aktiv Honigbienen, indem sie vor den Bienenstöcken auf Beute lauert. Dabei kann sie pro Tag mehrere Dutzend Bienen fangen und an ihre Brut verfüttern. Im schlimmsten Fall kann dies dazu führen, dass ganze Bienenstöcke geschwächt oder sogar vernichtet werden, insbesondere im Spätsommer und Herbst, wenn die Hornissen ihre Brut besonders intensiv versorgen müssen.

Bienen haben es ohnehin nicht leicht: Pestizide, Monokulturen, der Verlust von Lebensräumen und der Befall durch die Varroamilbe, setzen ihnen schon seit Jahren zu. Die zusätzliche Bedrohung durch die Asiatische Hornisse verschärft die Situation weiter. Da die Bienen vor den Hornissen in Panik geraten, sinkt ihre Produktivität, und die Bestäubung von Pflanzen – eine entscheidende Aufgabe für unsere Nahrungsversorgung – wird beeinträchtigt.

Was kann man tun?

Forscher und Naturschützer arbeiten daran, die Ausbreitung der Asiatischen Hornisse zu überwachen und zu kontrollieren. In einigen Regionen gibt es gezielte Fangmaßnahmen, um die Population einzudämmen. Auch für Imker gibt es Möglichkeiten, ihre Bienenstöcke zu schützen, zum Beispiel durch spezielle Gitter, die es Bienen erlauben, in den Stock zu fliegen, während größere Hornissen draußen bleiben.

Eine erfolgreiche Bekämpfung der Asiatischen Hornisse setzt jedoch auf langfristige Lösungen und den Einsatz ökologisch verträglicher Methoden. Eine einfache Vernichtung der Hornissen ist nicht die Antwort, da sie ebenfalls eine wichtige Rolle im ökologischen Gefüge spielen – sie jagen nicht nur Bienen, sondern auch andere Insekten, die in bestimmten Mengen für die Natur schädlich sein können. Nahrungsmittel und damit für das gesamte Ökosystem. Deshalb sollten wir alles tun, um sie zu schützen – sowohl

vor chemischen Bedrohungen als auch vor neuen Räubern wie der Asiatischen Hornisse.

BEEANEO und die asiatische Hornisse

Leider ist auch an unseren Bienenstöcken die asiatische Hornisse präsent. In Friedrichsthal und Umgebung ist die asiatische Hornisse sehr stark vertreten.

Daher haben auch wir Maßnahmen unternommen, um unsere BEEANEOs zu schützen.

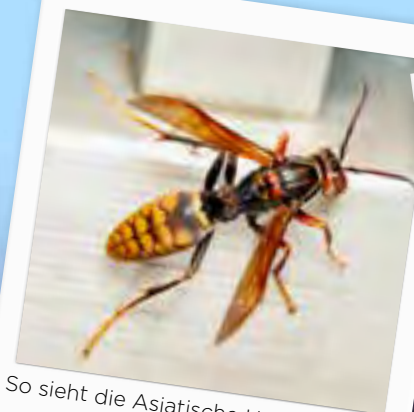
An den Einflugschneisen haben wir Gitter (Hasendraht) angebracht. Diese sollen verhindern, dass die asiatische Hornisse in die Beute kommt.

An unseren Bienenstöcken sind ständig 1-2 asiatische Hornissen zu beobachten, die vor der Einflugschneise schweben. Wir konnten jedoch noch kein Nest in der Umgebung ausfindig machen.

Wir versuchen daher, die Hornissen schon bevor sie an die Bienenstöcke fliegen, in Fallen zu locken.

Hierfür haben wir leere PET-Flaschen umfunktioniert. Wir befüllen diese mit einem Gemisch aus Bier, Zuckerwasser und Essig, um die Hornissen anzulocken. Krabbeln die Hornissen in die Flasche, so können sie nicht mehr entweichen. Bienen mögen den Geruch von Essig nicht, daher werden sie nicht in die Hornissenfallen gehen. Die Fallen werden ca. 3 - 5m vom zu schützenden Bereich aufgehängt.

Unsere Bienen sind unverzichtbar für die Bestäubung, die Produktion vieler Nahrungsmittel und damit für das gesamte Ökosystem. Deshalb sollten wir alles tun, um sie zu schützen – sowohl vor chemischen Bedrohungen als auch vor neuen Räubern wie der Asiatischen Hornisse.



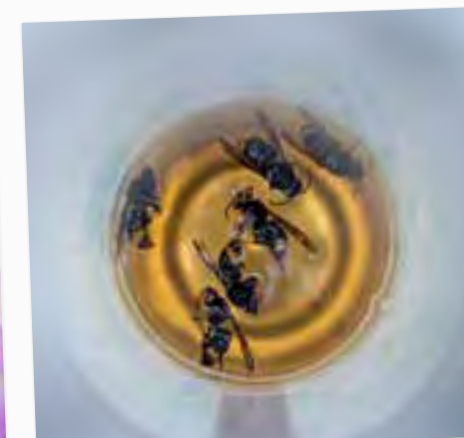
So sieht die Asiatische Hornisse aus



Annette startet Mission „Rettung der BEEANEOs“



Dieses Gitter soll verhindern, dass die Hornisse in die Beute eindringen kann.



Falle erfolgreich!

TERMINE UND EVENTS

IT.CON

4. & 5. November 2024

Congresshalle Saarbrücken

Die Messe für Best Practice-Projekte

Digitaler Transformation und IT-Sicherheit



INITIATORENTREFFEN NETZWERK FÜR VEREINBARKEIT

8. November 2024, 11-17Uhr

Auf Einladung der IHK findet

dieses Treffen bei uns im Forum statt

VORTRAG BEI DER JOBMESSE DES BILDUNGSMINISTERIUMS

14. November 2024, 11 Uhr

Wir sind mit einem Vortrag zu Gast bei der

JobMesse des Bildungsministeriums

JAHRESGESPRÄCHE MIT DIRK

25. November bis 5. Dezember 2024

VOR-LEDSCHD SCHICHT 2024

13. Dezember 2024 , 16:30-23:30 Uhr

Der Nikolaus hat sich mit einem vollen

Geschenkesack angekündigt

NEUJAHRSFEST

31. Januar 2025



CASINEO 5



EINE TASSE
FÜR MATTHIAS

WAS BISHER GESCHAH...



Ihr habt Interesse am
E-Commerce Stammtisch
teilzunehmen? Infos unter:



E-COMMERCE STAMMTISCH



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
Layout: Nina
Lektorat: Annette, Michèle, Nina und Sebastian P.

Druck:
Digitaldruck Pirrot, Dudweiler

LÖSUNGEN FÜR DEN SAARLÄNDISCHEN MITTELSTAND

Mit digitaler Marktpräsenz Umsätze steigern.

- Produktdaten im Griff
- Onlineshops, die durchstarten
- Kataloge schnell produzieren
- Reichweite erhöhen
- Internetseiten erstellen

Erfahren Sie jetzt mehr!

www.ianeo.de/saarland

