



INSIDER

Fakten, Trends und Hintergründe zu Information & Analytics von IBM.

3 | 2010

3 | 2010

König Kunde krönen



Warum Peter König künftig günstig mit seiner Frau telefoniert

Wird der Kunde zum wichtigsten Maßstab? Eine aktuelle Analyse der Universität St. Gallen lässt dies vermuten. Demnach wollen 90 Prozent der Unternehmen ihre Beziehungen zu Kunden optimieren, um sich vom Wettbewerb abzuheben. Die Kundenorientierung wird zum Top-Thema in Deutschlands Führungsetagen – noch vor der Produktentwicklung.

Die Gründe sind vielschichtig: Strom- und Gaslieferanten müssen Marktanteile verteidigen und Kunden halten, der Markt für Telekommunikationsanbieter ist weitgehend gesättigt, Kreditinstitute wollen Vertrauensverluste in Folge der Finanzkrise wettmachen. Und ein Nahrungsmittelproduzent muss mit jedem Produkt den Geschmack seiner Kunden treffen.

Außerdem kämpfen Unternehmen um die Gunst immer mündigerer Kunden. Diese können sich heute detaillierter informieren als früher, etwa über soziale Netzwerke und Online-Foren. Sie sehen sich eher als Ge-

schäftspartner, weniger als reine Leistungsempfänger. Und angesichts maximaler Transparenz gilt: Das attraktivste Service- und Leistungsangebot gewinnt.

Gib dem Kunden, was er möchte, und zwar möglichst individuell – so die Devise. „Jeder einzelne Kunde hat einen speziellen Wert für das Unternehmen, also muss auch jeder einzelne Kunde individuell beworben werden“, analysiert der Kölner Marketing-Professor Werner Reinartz gegenüber der Wirtschaftswoche. Ein Umdenken findet statt: Es geht weniger darum, die richtigen Kunden für die eigenen Produkte, sondern vielmehr die richtigen Produkte für bestimmte Kunden zu finden.

Dies lässt sich umsetzen, indem Unternehmen etwa auf konkrete Kundensituationen reagieren. Ein Beispiel: Ein Kunde, nennen wir ihn Peter König, hat vor einigen Tagen geheiratet. Wäre ein Telefonanbieter nicht gut beraten, ihm genau jetzt einen günstigen Partnertarif anzubieten? Stattdessen erhält er ein Angebot für ein 1.000-Freiminuten-Asien-Paket.

schließend müssen die Profildaten an den entscheidenden Kontaktpunkten zum Kunden verfügbar sein. Es ist hilfreich, wenn Vertrieb, Kundencenter und Finanzabteilung von ein und derselben Person sprechen. So lassen sich auch interne Prozesse abstimmen und bündeln. Ob Reklamationsabwicklung, Vertragsverwaltung, Kundeneingliederung oder Darlehensvergabe – all dies gestaltet sich schneller, effizienter und erfolgreicher, wenn alle relevanten Informationen in einer zentralen Anwendung gesammelt und auf Knopfdruck bereitgestellt werden. Statt des 1.000-Freiminuten-Asien-Pakets hätte der informierte Telefonanbieter Herrn König sicher einen Partnertarif angeboten.

Aber Vorsicht: Gerade Unternehmen mit sensiblen Kundendaten sollten mit Bedacht vorgehen. Finanzdienstleister beispielsweise, die täglich Millionen von Finanztransaktionen durchführen, benötigen eine konsequente Data Governance-Strategie. Zudem ist die Absicherung der Datenbanken gegen externe und interne Angriffe ein absolutes Muss. Ein Datenleck kann verheerende Folgen für die Reputation haben.

Eine Herausforderung besteht auch darin, aus den teilweise riesigen Mengen an Kundendaten die richtigen Schlüsse zu ziehen. Fortschrittliche Analysemethoden wie Data Mining durchforsten die Datensätze – demographische und Transaktionsdaten ebenso wie Produktpräferenzen – und ermitteln in Echtzeit Kundenwünsche und Zusammenhänge. Und Webanalyse-Werkzeuge analysieren etwa Informationen aus Social Media in Echtzeit.

So lassen sich unterschiedlichste Fragen beantworten: Benötigt Herr König noch ein ganz anderes Produkt? Möglicherweise einen Bausparvertrag für den geplanten Hausbau nach der Hochzeit? Eine Bank, die ihn nun gezielt zu Finanzierungsmöglichkeiten berät, hat gute Karten. Diskutiert er zudem mit Facebook-Freunden über Produktvor- und -nachteile? Von der Beantwortung dieser Fragen profitieren letztlich beide Seiten – das Unternehmen, das seine Produkte gezielt verbreiten kann, und der Kunde, der sinnvolle Angebote erhält.

Die Rundum-Kundensicht

Wer individuell angesprochen wird, fühlt sich verstanden. Auch der psychologische Faktor spielt für Kundentreue und -vertrauen eine zentrale Rolle. Doch um gezielt Produkte und Dienstleistungen entwickeln und anbieten zu können, müssen Unternehmen ihre Kunden kennen. Technologische Lösungen sind vonnöten, um vielfältige Kundeninformationen im Griff zu halten – dies beginnt beim einheitlichen korrekten Namen und hört bei den restlichen Personendaten noch längst nicht auf. Schließlich schreibt sich Herr König mit „ö“, nicht mit „oe“, ist verheiratet, wohnt in einem Mietviertel mit hoher Kaufkraft und ist Mitglied im Badischen Husky-Verein. Allein das Beispiel zeigt: Zahlreiche Informationen sind nötig, um ein konsistentes Profil des Kunden und seiner Bedürfnisse erstellen zu können.

Informationssilos müssen aufgebrochen, Informationen aus diversen Quellen zusammengeführt und interpretiert werden. An-

Standouts auf der Überholspur CEOs rüsten sich für die komplexe Welt

Warum sind manche Unternehmen erfolgreicher als andere – selbst zu Krisenzeiten? Glück? Unlautere Geschäftspraktiken? Wohl kaum. Vielmehr gehen erfolgreiche Unternehmen die Herausforderungen einer zunehmend komplexen Weltwirtschaft flexibler, kreativer und schneller an als ihre Wettbewerber – so das zentrale Ergebnis der diesjährigen CEO-Studie „Unternehmensführung in einer komplexen Welt“ von IBM.

Insgesamt wurden 1.541 Führungskräfte von Unternehmen und öffentlichen Einrichtungen in 60 Ländern und 33 Branchen persönlich befragt. Die Studie ermittelte, dass das Wachstum besonders gut gemanagter Unternehmen, der so genannten Standouts, in der letzten Krise im Schnitt sechs Mal höher war als das anderer Unternehmen.

Der Grund: Standouts passen sich Veränderungen im geschäftlichen Umfeld besser an. Sie sind stärker bereit, Geschäftsmodelle und Organisation zu verändern. Sie verfolgen konsequenter radikale Vereinfachungen bei Produkten, Prozessen und Strukturen. Sie fokussieren sich stärker auf die Wünsche ihrer Kunden und arbeiten mit ihnen enger zusammen. Zudem streben sie eine stärkere Flexibilisierung ihrer Kostenstrukturen an. Und nicht zuletzt entscheiden Standouts schneller und sind schneller in der Umsetzung als Wettbewerber.

Diese Qualitäten sind auch in Zukunft gefragt – fast 80 Prozent der Befragten gehen davon aus, dass die Komplexität in den kommenden Jahren deutlich zunehmen wird. Allerdings räumen 49 Prozent der Entscheidungsträger ein, dass ihre Organisationen für die kommenden Herausforderungen nur unzureichend gerüstet sind.

Wie wollen Führungskräfte den zukünftigen Herausforderungen begegnen? Die drei wichtigsten Führungsqualitäten sehen die Befragten unternehmensübergreifend in Kreativität (60 Prozent), Integrität (52 Prozent) und Globalem Denken (35 Prozent). Ein weiterer Trend: 88 Prozent der CEOs fordern ein besseres Verstehen der Kundenbedürfnisse und 69 Prozent eine engere Zusammenarbeit mit den Kunden.

Die vollständige Studie steht unter ibm.com/de/insider kostenfrei zur Verfügung.

IN DIESEM INSIDER LESEN SIE:

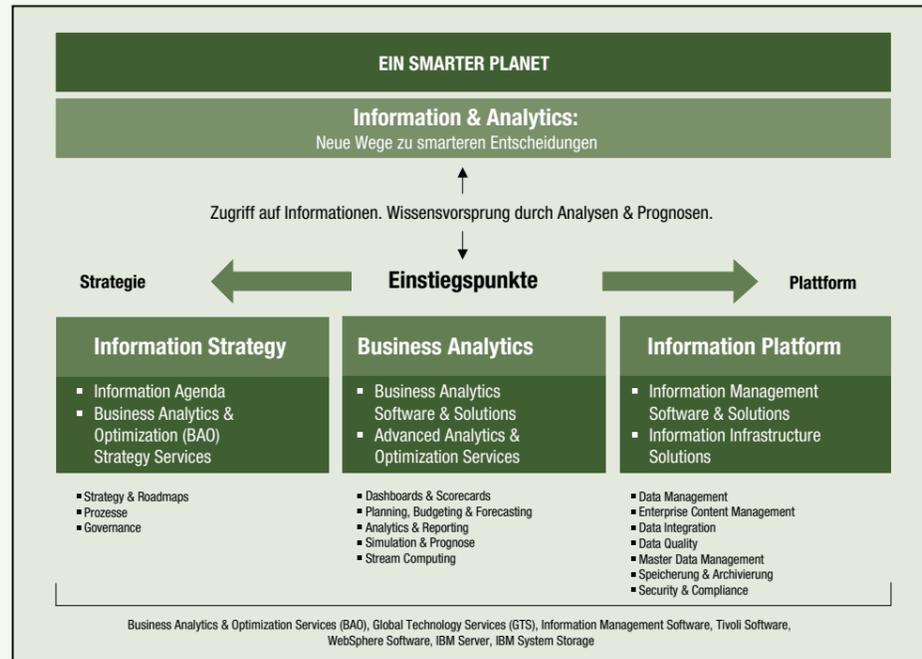
- Wenn es bei den Daten klemmt: Wie Unternehmen das Optimum aus Daten ziehen Seite 2
- Von 90 Minuten auf wenige Sekunden – Interview mit Jan Klockow Seite 3
- Weniger auf Lager: BMW optimiert seine Lagerhaltung Seite 4
- In jedem Fall effizienter: ACM hilft Seite 4
- Daten im Fluss, Profit im Blick Seite 5
- Studie: Vertragsmanagement steigert Geschäftserfolg Seite 5
- Forschungsprojekt digitalisiert historische Dokumente Seite 6
- Smart zu Hause Seite 6
- Welthungerhilfe setzt auf intelligente Suchtechnologie Seite 6
- Risiken kontrollieren, um Chancen zu nutzen – Interview mit Klaus Jäck Seite 7
- Chemische Fabrik Budenheim optimiert Finanzbuchhaltung und Auftragsabwicklung Seite 7
- Zukunftsforscher Lars Thomsen über Informationen und gute Entscheidungen Seite 8



Was ist Information & Analytics? – Was will der Insider?

Information & Analytics, das sind neue Wege zu smarteren Entscheidungen. Sie bilden einen der Schwerpunkte innerhalb der Smarter Planet Vision von IBM und unterstützen Kunden dabei, vollen Zugriff auf ihr wichtigstes Kapital zu erlangen: Informationen. Information Strategy, Business Analytics und Information Platform sind die Kernpfeiler des Angebots, mit denen über verschiedene Einstiegspunkte ganzheitliche Lösungen aus Beratung, Software und Hardware entwickelt werden können. Ziel ist es, Informationen zu managen, Chancen und Risiken zu erkennen, abzuschätzen sowie intelligente Entscheidungen schnell zu treffen.

Informationen sind heute der Rohstoff, mit dem moderne Unternehmen Ziele wie Wachstum, Innovation und Differenzierung vom Wettbewerb erreichen. Die größten Herausforderungen, mit denen Unternehmen



sich konfrontiert sehen, sind dabei die Informationsexplosion auf der einen Seite und die Überwindung abgeschotteter Datensilos auf der anderen Seite. Notwendig ist also eine Information Agenda, die die Bereitstellung von Informationen unabhängig von Anwendungen und Prozessen definiert und dabei diejenigen auswählt, die relevant sind.

Auch der Insider hat sich die Aufbereitung und Vermittlung von Informationen auf die Flagge geschrieben. Viermal im Jahr sorgt er mit einer Mischung aus Praxisbeispielen, News, Hintergrundgeschichten und Expertenmeinungen für ein kurzweilig informatives Leseerlebnis und gibt Anregungen, wie Sie den Rohstoff Information vielleicht noch besser nutzen und gewinnbringender einsetzen können.

Viel Vergnügen beim Lesen wünschen Ihnen die Insider.

Wenn es bei den Daten klemmt

Wie Unternehmen das Optimum aus Daten und Dokumenten ziehen – Interview mit IBM Experte Dr. Uwe Klemt

Daten, Daten, nichts als Daten. Fast jedes größere Unternehmen verfügt heute über eine oder mehrere Data Warehouse-beziehungswise Business Intelligence-Lösungen. Die Komplexität dieser Lösungen und der zugehörigen Datenintegrationsprozesse ist oftmals schwer zu beherrschen. Die Folge: verschenktes Geschäftspotenzial und steigende Kosten für Wartung und Weiterentwicklung. Was sollten Unternehmen tun, um ihre Datenlandschaft im Griff zu halten und das Optimum aus den Daten zu ziehen? Der Insider hat Dr. Uwe Klemt, diplomierter Mathematiker und Leiter Enterprise Information Management bei der IBM Unternehmensberatung Global Business Services, zu dem brisanten Thema befragt.



Uwe Klemt, IBM

Insider: Viele Unternehmen klagen über komplexe, unübersichtliche IT-Landschaften. Was sind die Gründe?

Uwe Klemt: Die Gründe dafür liegen zum Beispiel in historisch gewachsenen Strukturen, einer heterogenen Softwarelandschaft oder der unvollständigen Integration von Anwendungen im Rahmen von Unternehmensfusionen und Akquisitionen. Häufig ergibt sich aus dieser Komplexität ein erheb-

licher Aufwand bei der Wartung und Weiterentwicklung der vorhandenen Lösungen, zudem lassen sich Anforderungen der Geschäftsbereiche nur langsam und aufwendig umsetzen. Darüber hinaus lassen sich Daten nur schwer in geschäftlichen Mehrwert umsetzen, etwa beim Erkennen und Heben von Cross-Selling-Potenzial.

Insider: Können Sie Beispiele aus der Praxis nennen?

Uwe Klemt: Beispielhafte Szenarien fallen mir etwa aus der Telekommunikationsbranche und dem Bankensektor ein. Hier gibt es häufig kein einheitliches, auf Industriestandards basierendes und für Anwender nachvollziehbares Datenmodell, sondern eine Vielzahl verschiedener, anwendungsspezifischer Modelle. Es existieren zehntausende Datenintegrationsprozesse, identische Daten werden häufig mehrfach aus Quellsystemen extrahiert. In der Folge klagen Unternehmen über erhebliche Datenqualitätsprobleme, die bei der Befüllung des Data Warehouse nicht automatisch erkannt werden. Darunter leidet die Zufriedenheit bei den Anwendern, und die sinnvolle Nutzung der verfügbaren Daten wird erschwert.

Insider: Welchen Lösungsansatz schlagen Sie vor?

Uwe Klemt: Um diese Herausforderungen zu meistern, bedarf es eines strukturierten, ganzheitlichen Ansatzes. Dabei hat sich nach unserer Erfahrung folgendes Vorgehen bewährt: Zunächst wird die aktuelle Situation im Hinblick auf eine Reihe von Aspekten analysiert, etwa Datenintegration, Datenqualität, Repositories, Data Governance, Analysefunktionalität, Metadatenmanagement und Infrastruktur. Anschließend werden mit Hilfe von Benchmarks die Schwächen der bestehenden Anwendungen bestimmt.

Insider: Und welche konkreten Maßnahmen sind damit verknüpft?

Uwe Klemt: Auf der Basis der Analyseergebnisse sowie aus Erfahrungswerten wird ein Maßnahmen-Katalog erarbeitet, der die identifizierten Schwächen adressiert. Bei den genannten Beispielbranchen gehörte hierzu unter anderem die Reduzierung und Standardisierung der eingesetzten Softwarekomponenten im Data Warehouse-beziehungswise Business Intelligence-Umfeld. Zudem wurden Datenintegrationsprozesse neu gestaltet, etwa durch die Aufteilung in einzelne, wieder verwendbare Komponenten und die Parametrisierung der Prozesse. Wichtig war auch das Prinzip „einmal extrahieren, mehrfach nutzen“, das sich durch die Einführung eines Datenintegrationshubs als zentrale Drehscheibe leicht umsetzen lässt. Und nicht zuletzt stand das Thema Datenqualität im Vordergrund: Mit spezieller Software wurden Datenqualitätsmaßnahmen standardisiert, etwa durch die Aufteilung in technische und fachliche Datenqualitätsregeln. Und auch ein umfassendes Metadatenmanagement hilft den Unternehmen heute, Kosten zu senken und ihre Daten optimal in geschäftlichen Nutzen zu verwandeln.

Insider: Wie können Unternehmen noch Potenziale heben?

Uwe Klemt: Neben diesen in erster Linie architekturbezogenen Maßnahmen sind Initiativen relevant, mit denen sich zusätzlicher Geschäftsnutzen realisieren lässt. Beispielsweise können Unternehmen in einem Datenkompetenzzentrum technische und fachliche Fähigkeiten bündeln. Damit sind auch konkrete Verantwortlichkeiten verknüpft, etwa für Datenarchitektur und Metadatenmanagement. Darüber hinaus profitieren Unternehmen von der Einführung erweiterter analytischer



Funktionalitäten wie statistische Methoden und vorhersagende Analytik. Mit solchen Technologien lassen sich Muster in Daten und sogar Verhaltensmuster in sozialen Netzwerken erkennen. Neben der Reduzierung von Kosten und Komplexität sind bei derlei Initiativen die einheitliche Sicht auf den Kunden, die Identifizierung von potenziellen Neukunden und die optimale Abstimmung der Produktangebote auf den Kundenbedarf die wichtigsten Werttreiber.

Insider: Wie machen sich die Maßnahmen konkret bezahlt?

Uwe Klemt: Durch die verbesserte Nutzbarkeit der verfügbaren Daten lassen sich unter anderem Marketingkampagnen erfolgreicher ausrichten, die Kundensegmentierung verbessern, die Kundenbindung stärken und Vertriebsprozesse effizienter gestalten. Nach unseren Erfahrungen liegt das hierin enthaltene Geschäftspotenzial bei großen, auf Privat- und Geschäftskunden orientierten Unternehmen im dreistelligen Millionenbereich.

Vielen Dank für das Gespräch!



Von 90 Minuten auf wenige Sekunden

Mit Hochgeschwindigkeit in die Datenexplosion

In der Tat ein gewaltiger Geschwindigkeitszuwachs – die Rede ist vom neuen System zEnterprise und dem IBM Smart Analytics Optimizer. Den Boden unter den Füßen hat Jan Klockow, IBM Project Executive und Senior Development Manager, trotz Geschwindigkeitsrausch dennoch nicht verloren. Seit 1987 ist er bei IBM und war im Böblinger Forschungs- und Entwicklungszentrum federführend an der Entwicklung von zEnterprise und IBM Smart Analytics Optimizer beteiligt. Der Insider hat Jan Klockow zur neuen Technologie interviewt.

Insider: Was ist neu an System zEnterprise?

Jan Klockow: Mit dem neuen Großrechner-System schlagen wir ein spannendes Kapitel auf. System zEnterprise setzt sich aus drei großen Elementen zusammen. Zum einen haben wir den traditionellen Teil – das Prozessor Memory-Subsystem – verbessert. Hier bricht zEnterprise mit einer Frequenz von 5,2 Gigahertz alle Rekorde. Doch zEnterprise hat noch eine weitere Dimension: Die integrierte Struktur erlaubt die Einbindung von BladeCenter-Technologien. System z wird enorm flexibel und lässt sich nach Bedarf um General Purpose-Blades oder Workload-Optimized-Subsysteme erweitern. Ein Beispiel ist der IBM Smart Analytics Optimizer, der als erste integrierte Lösung Data-Warehouse-Strukturen optimiert. Selbst riesige Datenmengen lassen sich so nahezu in Echtzeit verarbeiten und auswerten.

Insider: Und zu welchen Zwecken benötigen Nutzer solche Maschinen?

Jan Klockow: Eine der größten Herausforderungen ist die Komplexität in Rechenzentren. Heterogene Landschaften müssen zu hohen Kosten integriert werden, um deren Zusammenspiel sicherzustellen. Kurios dabei: Investitionen in das kontinuierliche Management der Systeme sind höher als die Beschaffungskosten für neue Hardware. Mit der neuen System z Struktur lassen sich komplette Gesamtabläufe, die auf heterogenen Umgebungen ausgeführt werden, zusammenführen und zentral steuern.

Insider: Welche Rolle spielen dabei strategische Themen wie Business Analytics?

Jan Klockow: Business Analytics und das Data Warehouse sind entscheidende Aspekte im Zusammenhang mit zEnterprise. Bei der derzeitigen und prognostizierten Daten-



Jan Klockow, IBM

explosion – wir bewegen uns mittlerweile im Bereich von Zettabytes – wird es immer wichtiger, Daten nicht nur zu speichern und zu verwalten. Marktdifferenzierung und Wettbewerbsvorteile erreicht nämlich nur derjenige, der schnell und direkt Analysen ausführen und aus Daten Erkenntnisse gewinnen kann.

Insider: Und die Konsequenz der Datenexplosion?

Jan Klockow: Der Fokus bei Software bewegt sich von der Business-Automatisierung hin zur Business-Optimierung. Das Data Warehouse wird geschäftskritisch, die Anforderungen an Robustheit und Verfügbarkeit steigen. System z kommt damit strategisch ins Spiel. Die bewährte Stärke bei Transaktionsverarbeitung und das optimale Workload-Management machen es zu einer idealen Plattform, um OLTP- sowie Data-Warehouse-Anforderungen parallel zu bedienen. Genau hier spielt der IBM Smart Analytics Optimizer seine Stärke aus.

Insider: Was leistet der IBM Smart Analytics Optimizer?

Jan Klockow: Der IBM Smart Analytics Optimizer verbindet eine Vielzahl neuer und bahnbrechender Technologien in einer integrierten Lösung. Das zentrale Leistungsmerkmal ist die Beschleunigung von

komplexen Data-Warehouse-Abfragen. Wir haben seit Mitte letzten Jahres ein Beta-Programm und konnten im Idealfall die Antwortzeit um mehr als den Faktor 100 verkürzen. Damit eröffnen sich für unsere Kunden ganz neue Möglichkeiten, Daten zu nutzen und Services anzubieten. Es ist ein substantieller Unterschied, ob eine Anfrage 90 Minuten oder nur Sekunden dauert.

Insider: Welche Technologien kommen zum Einsatz?

Jan Klockow: Die Basis für die Lösung ist nicht eine einzige neue Technologie, sondern die Kombination aus In-Memory, MultiCore und vektoroptimierten Algorithmen sowie neuesten Kompressions- und Partitionierungsmethoden. Wichtig ist zudem die tiefe Integration, denn die Lösung ist sowohl logisch tief eingebettet in die DB2 als auch physikalisch integriert in die Architektur der neuen zEnterprise. Damit ist es gelungen, neueste Technologien ohne aufwendige Migrationen in bestehende Umgebungen einzubringen.

Insider: Können Nutzer den Wert des IBM Smart Analytics Optimizer für ihre Umgebung und ihr Geschäft im Vorfeld ermitteln?

Jan Klockow: Eine ganz entscheidende Frage! Der IBM Smart Analytics Optimizer ist keine Allzweckwaffe, sondern spielt seine Stärken in bestimmten Bereichen des Data Warehouse aus. Um die Optimierung zu messen, haben wir einen Evaluierungsprozess und eine Tool-Umgebung entwickelt, die es uns, zusammen mit dem Kunden, erlaubt, konkrete Workloads zu erfassen und zu analysieren. Die Ergebnisse geben einen guten Überblick über mögliche Verbesserungen. Zugleich erlauben sie Kunden, das Potenzial für neue Geschäftsprozesse, Dienstleistungen oder Geschäftsmodelle abzuschätzen.

Insider: Wie unterscheiden sich denn der IBM Smart Analytics Optimizer und das Smart Analytics System?

Jan Klockow: Einfach dargestellt: IBM Smart Analytics System (ISAS) ist ein komplettes Data-Warehouse-Angebot, das aus der notwendigen Hardware sowie allen relevanten Software-Komponenten – inklusive Cognos – besteht. Kunden bauen mit dem ISAS schnell und zuverlässig eine komplette und vorkonfigurierte Data-Warehouse-Umgebung auf. IBM Smart Analytics Optimizer ist hingegen eine Technologie, die signifikante Beschleunigungen des Data Warehouse ermöglicht. Es ist also eine Erweiterung des Data Warehouse, aber kein eigenständiges Data Warehouse.

Insider: Welche Rolle hat das IBM Lab Böblingen für die Entwicklung gespielt?

Jan Klockow: Natürlich gibt es bei IBM kaum Projekte, die nicht global entwickelt werden. Aber für alle drei Komponenten der neuen zEnterprise hat das IBM Lab Böblingen einen zentralen Teil geleistet. Es ist sicher nicht übertrieben zu sagen, dass die neue zEnterprise den Stempel „Made in Böblingen“ tragen darf.

Vielen Dank für das Gespräch!

Geschichte für 100, bitte

Supercomputer Watson spielt Jeopardy



Die Quizshow Jeopardy ist in Amerika und vielen anderen Ländern beliebt. Das Prinzip: Die Frage ist die Antwort. In der vorgegebenen Antwort verbergen sich Hinweise, die auf die richtige Frage hindeuten. Für Menschen ein spaßiges Spiel, für Computer kaum zu schaffen – bisher. Mehrere Jahre lang haben IBM Forscher an einem Supercomputer gearbeitet, der komplexe Fragen und Antworten verstehen und beantworten soll. Das Ergebnis hört auf den Namen Watson. Das Frage-Antwort-System soll zum Beweis seiner Leistungsfähigkeit an einem TV-Schau-

kampf teilnehmen. Für diesen Herbst ist ein Jeopardy-Duell gegen bekannte Spitzenspieler geplant. Im Watson Research Center nahe New York wurde eigens das Jeopardy-Studio nachgebildet.

Damit Watson Fragen verstehen und beantworten kann, ist der Computer mit Tausenden Prozessoren bestückt. Kaum ist die Frage gestellt, sucht das System in vielen Richtungen zugleich – in Sekunden-schnelle muss es Lösungen bewerten und die beste auswählen. Der gewünschte Nutzen geht weit über den Erfolg in Quizshows hinaus: Watson liefert einen Vor-

geschmack auf den Computer der nächsten Generation, der sprachliche Anweisungen verarbeitet – beispielsweise im Call Center. Dazu muss er sprachliche Feinheiten verstehen und sich zudem in unzähligen Wissensgebieten auskennen. Watson wurde mit rund 100 Gigabyte Text gefüttert – Fachlexika, Zitatsammlungen, Literatur, Zeitungen. Zudem nutzt er Statistiken, etwa über Wörter, die häufig zusammen auftauchen, erkennt Muster und stellt Zusammenhänge her. Ein schlauer Computer – das TV-Duell verspricht spannend zu werden.



Weniger auf Lager

BMW optimiert seine Lagerhaltung

Der globale Wettbewerb, Nachfrageschwankungen und steigende Leistungsanforderungen machen es Unternehmen zunehmend schwer, ihre Lagerbestände optimal zu planen, die Nachfrage von Händlern und Kunden zu bedienen und gleichzeitig die Lagerkosten zu senken. Dies gilt insbesondere für einen weltweit tätigen Automobilhersteller wie BMW. Die BMW Group fertigt ihre Produkte an 24 Standorten in 13 Ländern auf 4 Kontinenten.

Gerade für das Ersatzteilgeschäft von BMW ist die optimale Planung von Bestellmengen und Sicherheitsbeständen erfolgskritisch. Um den Teilevertrieb zukunftsfähig und effizienter zu gestalten, setzt BMW bereits seit 2005 auf das SAP-gestützte Programm ATLAS (Advanced ParTs Logistics in After Sales). Eine tragende Säule des Programms bildet die Bestandsoptimierungslösung DIOS (Dynamic Inventory Optimization Solution) von IBM. Die Lösung nutzt Algorithmen für die Echtzeit-Planung von Sortiment, Bestellmengen, Sicherheitsbeständen, Servicegrad und Bestellpunkten für Eilaufträge.

Bisher hat BMW DIOS in den Lagern in Italien und den USA implementiert. Gemeinsam mit den Unternehmensberatern von IBM Global Business Services wurde DIOS in das Standardsystem von BMW, bestehend aus SAP R/3 und SAP Advanced Planning and Optimization (APO), integriert. Mit der Lösung erfüllt BMW mehrere Anforderungen zugleich: die nachhaltige Senkung der Teilevertriebskosten sowie die zuverlässige Versorgung der Händler auch bei stark schwankenden Absatzzahlen.



Bereits die Grundfunktionen von DIOS deckten einen Großteil der Anforderungen von BMW ab. Mit konfigurierbaren Algorithmen lässt sich das System zudem individuell auf die Kundenerfordernisse und das Ersatzteilsortiment einstellen. DIOS ermöglicht nicht nur die Berechnung von Sicherheitsbeständen und optimalen Bestellmengen in Echtzeit, sondern auch die Sortimentsplanung und die Differenzierung nach Servicegraden je nach Ersatzteil. Hier gilt es, die beste Balance zwischen Kosten und Verfügbarkeit zu finden. Bei der Planung wird ein summarischer Zielservicegrad für eine Gruppe von Teilen vorgegeben, das System berechnet daraufhin automatisch die optimale Differenzierung.

Das System hat in den sechs BMW-Lagern in den USA seine hohe Leistungsfähigkeit bereits bewiesen. „Innerhalb nur weniger Monate konnte BMW die US-Lagerbestände

um zehn Prozent reduzieren und gleichzeitig den vorgegebenen Zielservicegrad erreichen“, erläutert Johann Forster, Manager Supply Chain Planning ATLAS BMW Group.

Grund genug für BMW, das Projekt Ende 2009 auch in der Zentrallogistik am Standort Dingolfing fortzuführen. Hier versorgt die zentrale Teileauslieferung die weltweite BMW Handelsorganisation mit Originalteilen für die Produkte der BMW Group. Etwa 1.200 Mitarbeiter wickeln täglich rund 45.000 Auftragspositionen ab, bearbeiten etwa 725 Lkw-Ladungen im Wareneingang und -ausgang, sind zuständig für 1.900 Lieferanten und 270.000 Teile. Keine Frage: BMW hat einiges auf Lager. DIOS soll in den kommenden Jahren für einen optimalen Ersatzteilmaterialefluss zwischen Dingolfing und den regionalen Distributionszentren sorgen und gleichzeitig dabei helfen, die Lagerbestände und -kosten zu reduzieren.

Datenqualität im Griff

Auswertung von Kennzahlen zur Datenqualität

Unzustellbare Rechnungen, Marketing-Aktionen, die an der Zielgruppe vorbeigehen, geschäftliche Fehlentscheidungen aufgrund unsolider Informationen – solche Pannen haben oft eine gemeinsame Ursache: mangelhafte Datenqualität. Das Thema findet viel Beachtung, doch trotz der Bedeutung haben sich kaum standardisierte Verfahren zur Messung von Datenqualität etabliert.

Klar ist, dass hierbei vielfältige Fragestellungen Beachtung finden müssen: Wie verlässlich sind die Kennzahlen des Business-Intelligence-Reports? Sind die Daten aus den Quell-Anwendungen vollständig und regelkonform? Sind auch wirklich alle notwendigen Befüllroutinen komplett und mit den erwarteten Datenmengen erfolgreich abgelaufen? Wie steht es um die Qualität der Stammdaten – gibt es viele doppelte Kunden- oder Materialstammsätze?

Die Fragen ließen sich beliebig erweitern. Man könnte sie auch einzeln mithilfe einer Auswertelogik beantworten. Doch reichen würde das nicht. Um nämlich zu wirklich vertrauenswürdigen Daten zu gelangen, ist ein vollständiges Bild der Datenqualität notwendig, und das unternehmensweit. „Erforderlich sind Messpunkte und Auswertungsroutinen in allen Systemen, die für Datenhaltung oder Datenbewegung zuständig sind“, fordert Michael Schneider, Spezialist für Datenqualität bei IBM, und fährt fort: „Die technischen Möglichkeiten einer solchen Messung bietet eine Datenintegrationsplattform, beispielsweise der IBM InfoSphere Information Server.“

Herz einer solchen Plattform ist ein Metadaten-Repository, in dem alle relevanten Metadaten – technische wie fachliche – abgelegt sind und das über standardisierte Schnittstellen ausgelesen werden kann. Des Weiteren ordnet ein Datenmodell die Metadaten nach logischen Zusammenhängen und in einem reporttauglichen Format. Damit sind die Kennzahlen definiert und die Voraussetzungen geschaffen, Datenqualität umfangreich auszuwerten.

Nutzer aus Fachabteilungen, aber auch technische Anwender können mit dieser Infrastruktur die Qualität von Berichten, Systemen, Stammdaten oder Bewirtschaftungsprozessen auch in einem Dashboard visualisieren und auf einen Blick erfassen. Man muss kein technischer Experte sein, um Probleme bei der Datenqualität zu erkennen. Regeln müssen Organisationen allerdings die organisatorischen Verantwortlichkeiten, um bei eintretenden Problemen mit der Datenqualität sofort zu handeln und die Datenqualität dauerhaft im Griff zu halten.

In jedem Fall effizienter

Advanced Case Management sorgt für Rundum-Sicht auf Geschäftsprozesse

Ob Reklamationen, Darlehen, Verträge, Leistungen oder komplexe Projekte – praktisch alle Unternehmen und Organisationen nutzen bei der Bearbeitung von Geschäftsfällen eine Art von Case Management. Die Bezeichnungen hingegen sind verschieden: Reklamationsabwicklung, Mitgliederregistrierung, Vertragsverwaltung, Darlehensvergabe und -überprüfung, Patienten- oder Kundeneingliederung, Sozialdienstverwaltung, Projektmanagement.

Für alle Fälle gilt: Über die Lebensdauer eines Vorgangs sammeln sich bisweilen

große Mengen an Informationen an, die organisiert und, beispielsweise Sachbearbeitern, zugänglich gemacht werden müssen. Steigende Kundenanforderungen, vielfältigere Ausnahmen oder schnell wechselnde Regelungen erschweren diese Aufgabe. Hier sind Systeme und Lösungen gefragt, mit denen sich Vorgänge effizient zum Abschluss bringen und geschäftsbezogene Problemstellungen schnell lösen lassen.

Advanced Case Management (ACM) verfolgt bei der Handhabung von Geschäftsvorgängen einen modernen Ansatz. Das Prinzip:

Software-Lösungen integrieren Informationen, Prozesse und Menschen und ermöglichen damit eine 360-Grad-Ansicht des jeweiligen Vorgangs. Informationen werden aus verschiedenen Quellen zusammengeführt, Sachbearbeiter können Entscheidungen auf Grundlage von Echtzeitinformationen und wesentlichen Leistungsindikatoren treffen. Analysefunktionen, Geschäftsregeln oder Kooperationsfunktionalitäten tragen zusätzlich zu optimierten Vorgangsergebnissen bei. Zudem unterstützen ACM-Lösungen die Erfassung von bewährten Verfahren aus der jeweiligen Branche im Zusammenhang mit Rahmendefinitionen und Vorlagen. So können Banken oder Telefonanbieter ebenso von ACM profitieren wie Organisationen der öffentlichen Verwaltung.

Auch Experten sind der Ansicht, dass der traditionelle Ansatz des Case Management angesichts der heutigen Herausforderungen nicht mehr den Bedürfnissen von Unternehmen entspricht: Laut einem Analystenbericht von Forrester wird sich die neue Kategorie von ACM-Software bis zum Jahr 2013 zu einem separaten Markt entwickeln.

Lesen Sie als Abonnent den Forrester Bericht zum Thema im Exklusivbereich auf: ibm.com/de/insider



ACM führt Menschen, Prozesse und Informationen zusammen

NOCH MEHR INFORMATIONEN RUND UM INFORMATION & ANALYTICS FINDEN SIE UNTER:
ibm.com/de/insider



Daten im Fluss, Profit im Blick

Europäische Niederlassungen der Mitsubishi Corporation optimieren Planung und Reporting in Europa

Das Erfolgsrezept der europäischen Niederlassungen des weltweit tätigen Handelsunternehmens Mitsubishi Corporation: viel Verantwortung für die dezentralen Vertriebseinheiten. Profit Center vertreiben eigenständig Waren aus Sparten wie Chemie, Maschinerie oder Textilien. Ein bewährter, aber aufwendiger Planungsprozess ist die Folge: Budgetpläne müssen an die jeweils zuständigen Stellen weitergeleitet, dort konsolidiert, geprüft und gegebenenfalls in Form von zu erreichenden Zielen an der Gesamtstrategie des Konzerns ausgerichtet werden.



Die bisherige Budgetplanung mit Excel war nicht mehr praktikabel: Manuell erstellte Sheets waren uneinheitlich und mussten händisch konsolidiert werden – ein enormer Arbeits- und Zeitaufwand. Nicht zuletzt konnten Fachverantwortliche nur mühsam Planung und Geschäftsentwicklung über-

blicken. Die europäischen Niederlassungen von Mitsubishi Corporation benötigten daher ein System, das die Planung unternehmensweit in einem Workflow automatisiert und die Datenerfassung zentralisiert. Auch sollte die Lösung große Mengen an Plan- und Umsatzzahlen aus verschiedenen Quellen schnell verarbeiten und individuelle Abfragen wie Soll-Ist-Vergleiche erlauben.

Seit Februar 2010 setzt das Unternehmen in Europa IBM Cognos TM1 ein. Der integrierte Workflow liefert die technologische Voraussetzung, um alle Hierarchiestufen abzubilden und den Planungsprozess länderübergreifend zu automatisieren, von der Dateneingabe bis zur Prüfung von Plänen. Dank Online-Zugriff und Excel-Integration sind alle europäischen Büros vernetzt und arbeiten mit einer vertrauten Oberfläche. „Der gesamte Planungsprozess verläuft jetzt viel schneller, da alle Nutzer mit einem zentralen System und klar definiertem Ablauf arbeiten. Und auch die Fehleranfälligkeit wurde minimiert, denn die Pläne werden automatisch konsolidiert“, erläutert Günther Bergdolt, technischer Leiter in der Düsseldorf-Niederlassung.

Planzahlen und Daten aus dem unternehmensweit genutzten SAP-ERP-System werden in die Lösung geladen und können dank des integrierten In-Memory-OLAP-Servers im Arbeitsspeicher verarbeitet



Günther Bergdolt, Mitsubishi

werden. Soll-Ist-Vergleiche sind dadurch praktisch auf Knopfdruck möglich. Manager erhalten schnell Überblick über Umsätze und Kosten, Geschäfte lassen sich besser planen, Ressourcen gezielter einsetzen.

Ein weiterer Vorteil von IBM Cognos TM1: Die europäischen Niederlassungen der Mitsubishi Corporation konnten die neue Lösung problemlos an das bereits genutzte IBM Cognos 8 Business Intelligence koppeln und damit ihr Reportingsystem erweitern. Planzahlen aus der TM1 Datenbank werden automatisch ausgelesen und in Berichten ausgewertet. Zusätzlich sorgt IBM Cognos 8 mit vorkonfigurierten Monatsreports für Überblick. Strategische Geschäftsentscheidungen werden so auf einer fundierten Informationsbasis getroffen, denn Manager haben die geschäftliche Entwicklung jederzeit im Blick.

Analysen im Web: IBM übernimmt Coremetrics

Mit Coremetrics übernimmt IBM einen Anbieter von Web-Analytics-Software und erweitert damit sein Business-Analytics-Portfolio. Mithilfe des Cloud-basierten Angebots von Coremetrics können Unternehmen Informationen zu Kunden aus internen Quellen sowie aus Social Media in Echtzeit analysieren. So lassen sich Marketing-Kampagnen schneller und genauer durchführen. Marketing-Verantwortliche können Prozesse automatisieren und verbessern und somit das Optimum aus ihren Marketing-Budgets herausholen.

Mit der Übernahme folgt IBM einem Trend: Laut eigener CEO-Studie wollen fast 90 Prozent der Firmenchefs in den nächsten fünf Jahren ihre Kunden stärker ins Blickfeld rücken sowie deren Ansprüche und Wünsche besser verstehen.

Die Software von Coremetrics erweitert die IBM Angebote von WebSphere, Information Management und Business Analytics & Optimization (BAO). Nach IBM Angaben soll die Übernahme im dritten Quartal dieses Jahres abgeschlossen sein. Auch die rund 230 Mitarbeiter des Unternehmens sollen übernommen werden.

Schluss mit den Aktenbergen

Justizministerium NRW setzt auf elektronische Fallbearbeitung

Welcher Paragraph ist entscheidend? Gab es einen entsprechenden Fall schon einmal? Welche Personen sind beteiligt? Und wie ist der genaue Wortlaut des Gesetzestextes? Bei der juristischen Fallbearbeitung treten vielfältige Fragen auf, die es gewissenhaft und gründlich zu beantworten gilt. Schließlich ist es die Aufgabe des Justizministeriums, eine moderne, leistungsfähige und qualitätsorientierte Justiz zu gewährleisten.

In Nordrhein-Westfalen, dem bevölkerungsreichsten deutschen Bundesland, bedeutet dies üblicherweise jede Menge Aktenarbeit: Fast 40.000 Bedienstete sind in NRW mit der Aufgabe betraut, Bürgerinnen und Bürgern zu ihrem Recht zu verhelfen, den staatlichen Strafanspruch zu gewährleisten und die Entscheidungen der Gerichte umzusetzen.

Um der stetig wachsenden Papierberge Herr zu werden, bietet es sich eventuell an, auf eine elektronische juristische Fallbearbeitung umzustellen. Um zu ergründen, ob und wie ein sinnvolles und ergonomisches Arbeiten mit einer elektronischen Akte möglich ist, wurde die Projektgruppe „Ergonomie der elektronischen Akte“ geschaffen. Das Ziel: eine elektronische Aktenführung, die Nutzern einen schnelleren und effizienteren Zugang zu den benötigten Informationen bietet als die bisherigen Papierakten.

Unterstützung erhielt die Projektgruppe unter anderem von IBM sowie vom IBM Partner CENIT AG: Gemeinsam wurde an einer Idee des „Justizarbeitsplatzes der Zukunft“ gearbeitet. Ein System, das Richtern, Anwälten und Sachbearbeitern alle relevanten Informationen schnell und zuverlässig bereitstellt. Die technologische Grundlage liefern der IBM FileNet Content Manager sowie die darauf basierende CENIT ECLISO Anwendung. Die Lösung speichert juristische Fälle und Dokumente. Mit ihrer Unterstützung lassen sich Zusammenhänge erkennen und visualisieren, Fallmaterialien bewerten und konkrete Fälle in einen juristischen Kontext stellen. Juristen stehen zudem Begleitinformationen zur Verfügung, etwa Gesetzestexte oder Anhörungsprotokolle. Der Zugriff erfolgt über eine Bedienoberfläche, die Inhalte aus verschiedenen Quellen zusammenführt.

Ganz bewusst orientiert sich die Lösung an der Arbeitsweise von Juristen. Gemäß der so genannten Relationstechnik mussten sie in der Vergangenheit das Fallmaterial lesen, verstehen, klassifizieren, einordnen, mit anderen Fällen in Bezug setzen und schließlich eine Entscheidung treffen. Die neue Lösung unterstützt sie bei dieser Tätigkeit. Visualisierungs- und Suchfunktionen verhelfen darüber hinaus zu einer schnellen Orientierung im breiten Wissensfundus. Das Ergebnis? Keine weiteren Fragen.

Bessere Verträge

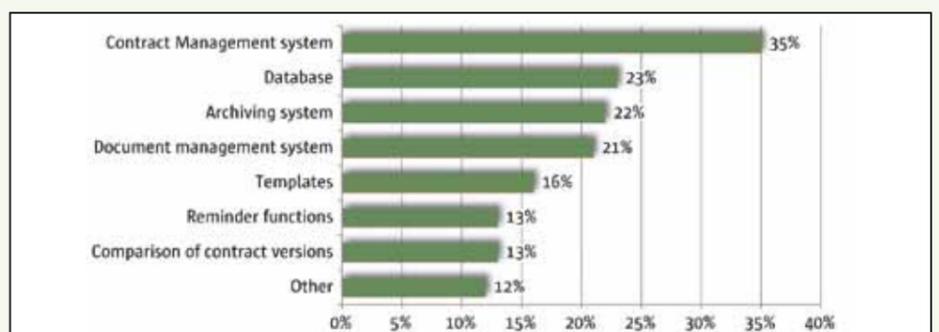
Studie: Vertragsmanagement steigert Geschäftserfolg

Verträge bilden die Basis des alltäglichen Geschäfts: Sie bestimmen Preise, Geschäftsbedingungen, Zeitrahmen und die Zusammenarbeit mit Geschäftspartnern. Dennoch ist das Vertragsmanagement, also die Verwaltung von Verträgen und begleitenden Prozessen, in europäischen Unternehmen unzureichend. So das Ergebnis einer Studie der Management- und Technologieberatung BearingPoint unter mehr als 100 europäischen Unternehmen aus 18 Ländern.

Nur neun Prozent der befragten Unternehmen steuern alle Aspekte ihres Vertragsmanagements zentral. Viele sehen zudem Verbesserungsbedarf bei Berichts- und Analysefunktionen, unterstützenden IT-Programmen, Nachvollziehbarkeit von Vertragsentwicklung und -entwürfen oder Überwachung von bestehenden Konditionen und Verbindlichkeiten.

„Obwohl die meisten Firmen um die Relevanz einer angemessenen Organisation wissen, hat Vertragsmanagement noch immer keine Priorität innerhalb der Unternehmensaufgaben“, so Steffen Tampe, Director bei BearingPoint. „Vertragliche Angelegenheiten werden einzelnen, dezentralen Abteilungen oder Mitarbeitern überlassen, ohne Einblick in bestehende Verpflichtungen, Regeln oder standardisierte Prozesse für zukünftige Verträge.“

IT-Systeme für das Vertragsmanagement schaffen Abhilfe, so das Fazit der Experten. Sie bieten den einfachen und schnellen Zugang zu Dokumenten und ermöglichen die strukturierte, sichere und zentrale Ablage von Informationen. So lassen sich Prozesse rund um das Vertragsmanagement verbessern und zudem Risikofaktoren wie uneinheitliche Daten, die Nicht-Einhaltung von Geschäftsbedingungen oder inhaltliche Probleme minimieren.



Eingesetzte oder in Planung befindliche IT-Werkzeuge für Vertragsmanagement



Smart zu Hause IBM präsentiert smarte Services auf der IFA

Smarte, servicebasierte Geschäftsmodelle für Hersteller von Consumer Electronics (CE) haben Zukunft: Bis zum Jahr 2013 werden voraussichtlich 1,2 Milliarden elektronische Endgeräte in über 800 Millionen privaten Haushalten über Breitbandverbindungen vernetzt sein. Um davon zu profitieren, müssen Hersteller jedoch entsprechende IT-Infrastrukturen etablieren. Denn nur dadurch wird es möglich sein, smarte, miteinander verbundene

Geräte und die dazugehörigen Services effizient zu managen.

Auf der diesjährigen IFA präsentierte IBM Produkte und Service-Szenarien, die durch den Einsatz von Cloud-Technologien in greifbare Nähe rücken. Die Verknüpfung zwischen Sensoren, Geräten und den cloud-basierten Services demonstrierte unter anderem ein smarter Thermostat, der mit Informationen des Energieversorgers und des Wetterdienstes

arbeitet. Dieselben cloud-basierten Infrastrukturen können für eine Vielzahl von elektronischen Geräten eingesetzt werden, von Fernsehgeräten und Klimaanlage bis hin zu Kaffeemaschinen oder Alarmanlagen.

Im smarten Heim von morgen findet sich beispielsweise auch eine neue Generation von Fernsehern, die dem Nutzer über bestimmte Applikationen den Zugriff auf Internetinhalte ermöglichen. Von IBM entwickelte cloud-

basierte Infrastrukturen und Portal-Lösungen verhelfen Fernsehzuschauern zu einem sicheren Zugang zu personalisierten Web Services, Inhalten und dem so genannten Hybrid Broadcast Broadband TV (HbbTV).



Texte für die Ewigkeit Forschungsprojekt digitalisiert historische Dokumente

Wie schnell wertvollste historische Dokumente für immer verloren gehen können, demonstrierte der Einsturz des Historischen Stadtarchivs in Köln im vergangenen Jahr. Durch Digitalisierung lassen sich unersetzbare Schriften für die Nachwelt erhalten. Alte Dokumente mit verblichener Schrift und seltenen Schriftzeichen stellen allerdings eine große Herausforderung für heutige Texterkennungstechnologien dar. Eine bis zu 50 Prozent niedrigere Erkennungsrate und eine aufwendige Nachbearbeitung der digitalen Dokumente sind die Regel.

von digitalen Repliken erlaubt, die online zugänglich sowie editierbar und durchsuchbar gemacht werden können.

Dabei behilflich ist ein Digitalisierungssystem, das hoch entwickelte, adaptive Software für optische Zeichenerkennung (Optical Character Recognition, OCR) mit einem kollaborativen, web-basierten Korrektursystem kombiniert. Mithilfe dieses Korrektursystems, das IBM Forscher in Haifa entwickelt haben, können die digitalen Nachbildungen weltweit von allen Projektbeteiligten in Bibliotheken oder Universitäten gleichzeitig



Dieser Herausforderung widmet sich das EU-Forschungskonsortium IMPACT (IMProving ACcess to Text). Das Projekt umfasst über 25 angeschlossene nationale und regionale Bibliotheken – etwa die Deutsche Nationalbibliothek und die Bayerische Staatsbibliothek – sowie Forschungsinstitute, Universitäten und Wirtschaftsunternehmen. Ziel von IMPACT ist es, neue Technologien für eine höchst präzise Digitalisierung von seltenen, historisch-wertvollen Texten in großem Umfang zur Verfügung zu stellen. Frühere Digitalisierungsprojekte brachten bisweilen lediglich statische Online-Bibliotheken von gescannten Texten hervor. Im Gegensatz dazu strebt IMPACT ein System an, das eine kontinuierliche Produktion

über ein Online-Web-System eingesehen, überprüft und korrigiert werden – Stichwort „Crowd Computing“. Das System nutzt zudem lernfähige Software, die zum Beispiel einmal manuell korrigierte Schriftzeichen automatisch verarbeitet.

„Um ein großes Digitalisierungsprojekt zum Erfolg zu führen, muss die Qualität der Texterkennung gesteigert und der Nachbearbeitungsaufwand entscheidend reduziert werden. Wir erwarten, dass wir mit IMPACT eine signifikante Produktivitätssteigerung im Digitalisierungsprozess erzielen können“, so Hildelies Balk, Koordinatorin des Forschungsprojekts an der niederländischen Koninklijke Bibliotheek in Den Haag.

Schnelle Informationen, schnelle Hilfe Welthungerhilfe setzt auf intelligente Suchtechnologie

Die Welthungerhilfe unterstützt in Not geratene Menschen in Krisengebieten. Seit ihrer Gründung im Jahr 1962 hat die Organisation mit 1,9 Mrd. Euro rund 5.500 Hilfsprojekte in etwa 70 Ländern Afrikas, Lateinamerikas und Asiens durchgeführt. Dabei sind Einsatzleiter und Helfer vor Ort auf verlässliche Informationen zu Projekt, Einsatzvoraussetzungen oder lokalen Begebenheiten angewiesen. Um diese Informationen schnell bereitzustellen, nutzt die Welthungerhilfe die Suchtechnologie OmniFind von IBM.

Die skalierbare Lösung ermöglicht die organisationsweite Suche in verteilten oder zentralen Ablagesystemen. Denn OmniFind indexiert sämtliche Dokumente aus den Ablagesystemen wie Leitlinien, Projektpläne oder Vorschriften der Zuwendungsgeber und stellt sie Nutzern je nach Berechtigung bereit.

Projektteams verfügen über lokale Dateiserver vor Ort, auf denen die wichtigsten Informationen gespeichert sind und die über

bestehende Leitungen oder Satellitenverbindung mit der Bonner Zentrale verbunden sind. Benötigen Mitarbeiter eine bestimmte Information, geben sie eine Suchanfrage ein. Die Suchmaschine spürt die gewünschten Dokumente auf – entweder auf dem lokalen Server oder auf dem zentralen File-Server – und erlaubt ihnen, mit einem Blick das relevanteste Dokument aus den Ergebnissen auszuwählen.

„Bei allen Hilfsprojekten ist die Sicherstellung der Kommunikation die Grundvoraussetzung für eine erfolgreiche Arbeit. Die IBM Lösung hilft uns, indem sie unseren Mitarbeitern essenzielle Informationen auf praktische und sehr schnelle Weise an die Hand gibt“, so Klaus Ritsche, Kaufmännischer Leiter der Welthungerhilfe und zuständig für den gesamten IT-Bereich. „Die Anwendung ist perfekt auf die Anforderungen der Welthungerhilfe abgestimmt – insbesondere auch auf die Standorte in Entwicklungshilfegebieten mit eingeschränkter Infrastruktur für Kommunikation und Datenübertragung. Die Mitarbeiter dort können die Suchanwendung ohne Einschränkung nutzen.“

Alexander, Atze oder Axel? Mit Initiate Systems zum Golden Record

Konsistentes Stammdatenmanagement ist ein zentraler Erfolgsfaktor – gerade bei der Kundenansprache. Alle Abteilungen eines Unternehmens, vom Vertrieb über das Kundencenter bis zur Finanzabteilung, sollten vom gleichen Kunden sprechen. Wenn Alexander Schröder einmal in der Schillerstraße 12 in Berlin wohnt, einmal in der Schillerstraße 12 in Bochum und einmal Axel Schröder heißt, laufen Marketing-Aktivitäten ins Leere. Von aufwendiger Datenpflege, mangelhaften Serviceleistungen oder fehlerhaften Rechnungsstellungen ganz zu schweigen.

Unternehmen tun gut daran, ihre Kundendaten im Griff zu behalten. Eine physische, zentrale Stammdatenlösung ist jedoch entweder aus Datenschutzgründen – etwa bei öffentlichen und Gesundheitsunternehmen – oder aus organisatorischen Gründen nicht immer gangbar. Gefragt sind daher Lösungen, die sich leicht in bestehende IT-Landschaften einfügen, das unternehmensweite Management von Stammdaten ermöglichen und so die Datenqualität erhöhen.

Anwendungen von Initiate Systems erfüllen diese Anforderungen – nicht nur, weil sie sich schnell und unkompliziert implementieren

lassen, ohne dass eine Anpassung der Datenquellen notwendig ist. „Im Mittelpunkt der Master Data Management (MDM-) Technologie von Initiate steht eine einzigartige Match- und Suchtechnologie“, erläutert Sven Fessler, Specialty Sales InfoSphere Solutions bei IBM. „Diese führt Kundenrecords zusammen und verlinkt sie über ihre heterogenen Datenquellen hinweg zu einem ‚Golden View‘.“ Der nun erzeugte korrekte Stammdatensatz, dessen Sicht je nach Nutzergruppe individuell aufbereitet werden kann, wird Anwendern und Applikationen im Unternehmen in Echtzeit zur Verfügung gestellt. Dubletten werden dabei drastisch reduziert, und die Datensicherheit wird fortlaufend durch Wartung sichergestellt.

Das Besondere: Die Technologie ermöglicht darüber hinaus die Modellierung, Darstellung und Pflege komplexerer Hierarchien und Beziehungsnetzwerke zwischen den Stammdatenobjekten. Mit wem ist Herr Schröder verheiratet? Wo arbeitet er? Welches Auto fährt er? Dies führt zu einer gezielten Kundenansprache, zudem lässt sich unter Umständen neues Umsatzpotenzial erschließen. Nicht zuletzt kann die Technologie auch für die Prävention von Betrugsdelikten und anderen kriminellen Handlungen eingesetzt werden.



Risiken kontrollieren, um Chancen zu nutzen

„Viele Unternehmen betrachten Risikomanagement zu isoliert...“



Klaus Jäck, IBM

Über zehn Jahre Erfahrung im Bereich Risiko- und Compliance-Management hat der Diplom-Physiker Klaus Jäck gesammelt. Nach der Übernahme von PricewaterhouseCoopers Consulting kam er 2002 zur IBM Unternehmensberatungssparte Global Business Services und leitet heute den Bereich Business Risk Management in Deutschland. Wen betrifft Risikomanagement überhaupt? Wo ist Handlungsbedarf? Welche Chancen bietet ein formalisiertes Risikomanagement? Der Insider hat den fragten Experten für Risikomanagement interviewt.

Insider: Der Begriff Risikomanagement ist in aller Munde, was versteht man darunter?

Klaus Jäck: Risiko ist ein Ereignis, das, sobald es eintritt, ein Unternehmen daran hindert, die Geschäftsziele zu erreichen, oder sogar existenzbedrohend sein kann. Oft denkt man nur an finanzielle Risiken. Doch in der Realität spielen Finanzrisiken oft eine untergeordnete Rolle.

Insider: Nur auf finanzielle Risiken zu achten, verengt also den Blick?

Klaus Jäck: Richtig. Ein Ergebnis der IBM CFO Studie 2010 war, dass über 80 Prozent der Risikosituationen von Unternehmen nicht finanzieller, sondern strategischer, geopolitischer, ökologischer, betrieblicher oder rechtlicher Natur sind. Beispiele: BP und die explodierte Ölplattform oder das

verklemmte Gaspedal bei Toyota sind sicher dem Image nicht unbedingt zuträglich.

Insider: Wie individuell sind Risiken?

Klaus Jäck: Risiken sind immer kunden- und branchenspezifisch. Auch hat jede Firma ein eigenes Sicherheitsbedürfnis. Dennoch gibt es Gemeinsamkeiten: So muss man zwar das Risiko einer Fehlfunktion auf einer Ölplattform anders absichern als einen Produktionsausfall. Die Konsequenzen sind aber ähnlich: Imageschaden, Vertrauensverlust, Kosten. Und die Ursache ist die gleiche: mangelnde Kontrolle!

Insider: Welche weiteren Risikoarten sollten Organisationen beachten?

Klaus Jäck: Operative Risiken – weil hier die beste Möglichkeit zur Einflussnahme und Kontrolle für ein Unternehmen besteht.

Insider: Können Sie Beispiele für operative Risiken nennen?

Klaus Jäck: Operative Risiken resultieren aus dem Geschäftsbetrieb: Qualitätsmängel in der Produktion, die Verfügbarkeit produktionskritischer Komponenten und Materialien, fehlerhafte Dateneingaben von Mitarbeitern – etwa falsche Preise in der Bestellung – oder auch absichtliche Datenmanipulation durch unzufriedene Mitarbeiter.

Insider: Wie lassen sich Risiken steuern?

Klaus Jäck: Durch den Aufbau eines wirksamen Kontrollsystems. Dieses sollte die verschiedenen Risiken, denen Unternehmen ausgesetzt sind, auch über Abteilungsgrenzen hinweg miteinander verknüpfen und damit versteckte Zusammenhänge sichtbar machen. Risiken beeinflussen sich oft gegenseitig und sind auch nicht grundsätzlich negativ. So kann man das Risiko schwankender Preise bei Rohstoffen über die Vorrathaltung absichern. Oder man entwickelt neue, sparsamere Produktionsmethoden, um das Risiko Preisschwankung zu verringern.

Insider: Wie gehen Unternehmen heute mit Risiken um? Wie sind Ihre Erfahrungen?

Klaus Jäck: Erschreckenderweise haben viele Unternehmen immer noch kein formalisiertes Risikomanagement – laut CFO Studie 2010 nur knapp über 50 Prozent. Viele Unternehmen betrachten Risikomanagement zu isoliert von der restlichen Organisation und vor allem losgelöst von der Unternehmenssteuerung. Hier wird eine Chance vertan: Oft liegen nämlich in den Daten des Risikomanagements wichtige Informationen. Wenn man diese entsprechend aufbereitet, können sie entscheidende Hinweise für Unternehmensführung und Entscheidungsfindung liefern.

Insider: Was also sind die Erfolgsfaktoren im Risikomanagement?

Klaus Jäck: Nur wenn man Risiken nicht isoliert betrachtet, erkennt man Risikokorrelationen. Zugleich reduziert ein ganzheitlicher Ansatz durch Synergien und eine gemeinsame IT-Basis die Betriebskosten. Viele Kontrollen lassen sich so automatisch durchführen: Verstöße können präventiv erkannt und gegebenenfalls verhindert werden. Nur Ausnahmen erfordern noch das Eingreifen eines Risikomanagers.

Insider: Werden in absehbarer Zukunft Risiken vollkommen automatisch gesteuert?

Klaus Jäck: Vollkommene Automatisierung wird es wohl nie geben. Der Mensch trifft bei Risikofragen die letzten Entscheidungen immer selbst. Automatisiertes Risikomanagement entlastet aber den Menschen.

Insider: Und wie halten Sie Ihre privaten Risiken im Griff?

Klaus Jäck: Ich halte mich von sportlichen Aktivitäten fern, das verringert das Risiko ungemein. Nein, im Ernst, beruflich wie privat ist es wichtig, Risiken zu quantifizieren und Alternativen abzuwägen. „Risiko“ bedeutet ja nur, dass man den Ausgang nicht kennt. Der positive Ausdruck dafür heißt „Chance“ und die will man sich ja auch nicht entgehen lassen.

Vielen Dank für das Gespräch!

Finanzdaten im Workflow

Chemische Fabrik Budenheim optimiert Finanzbuchhaltung und Auftragsabwicklung

Die Chemische Fabrik Budenheim KG (cfb) mit Sitz in Budenheim bei Mainz ist einer der international führenden Hersteller von Phosphaten und Phosphorsäure für Lebensmittel, Pharma und andere Anwendungsgebiete. Die Finanzbuchhaltung des Unternehmens nutzt schon länger ein SAP R/3-System, allerdings nur unzureichend: Die Bearbeitung, Ablage und Zustellung von Eingangsrechnungen erfolgte bisher in Papierform. Verantwortliche Entscheider mussten zudem die dazugehörigen Bestellungen und Lieferscheine ausdrucken beziehungsweise auf dem File-Server suchen. Der personelle und räumliche Aufwand für die Langzeitaufbewahrung wuchs, der Bearbeitungsablauf verursachte zudem lange Liegezeiten und dadurch Skonto-Verluste. Gleichzeitig platzten die Maildatenbanken aus allen Nähten.

Man entschied sich daher für die Implementierung einer Content-Management-Lösung, mit der sich die Buchhaltungsprozesse optimieren und Aufträge schneller abwickeln lassen. Innerhalb von sechs Monaten wurde mithilfe des IBM Partners GIS ein Lösungspaket installiert, das neben einer Kofax-Lösung zum Scannen von Eingangsrechnungen die IBM Produkte Content Manager, Tivoli Storage Manager für die Langzeitspeicherung sowie CommonStore für SAP und Lotus Domino umfasst.



Auf der Basis von IBM Content Manager hat cfb ein zentrales Archiv eingerichtet, das es Anwendern ermöglicht, Geschäftsinformationen über verschiedene Anwendungen und Geschäftsprozesse hinweg zu nutzen sowie Kunden, Partner und Mitarbeiter mit integrierten, konsistenten Informationen zu versorgen. Eingangsrechnungen werden nun, gegebenenfalls mit Anlagen und Zusatzinformationen, per Scan sofort digitalisiert und automatisch archiviert. IBM CommonStore für SAP als Archiv-Schnittstelle verknüpft sie mit dem jeweiligen SAP-Objekt, etwa der Bestellung. Auch die E-Mail-Archivierung wurde optimiert: Dank IBM CommonStore für Lotus Domino lassen sich Anhänge einfach auf dem zentralen Server ablegen und später per Hyperlink aufrufen.

Die Integration der papierlosen Bearbeitung sämtlicher Buchhaltungsbelege in den bestehenden Workflow minimiert Transport- und Liegezeiten. Die schnelle Datensuche spart Zeit und Kosten, zudem wurden Abrechnungsprozesse beschleunigt. Insgesamt realisiert das Unternehmen so Kosten- und Wettbewerbsvorteile.

Immer auf der Hut

Guardium wacht vor der Datenbank über die Datenbank

Angriffe auf die IT-Landschaft können teuer werden und Vertrauen kosten. Eine große Drogerie-Kette wurde jüngst Opfer eines internen Angriffs, der ein Datenleck zur Folge hatte – ein Beispiel von vielen. Besorgniserregend ist auch die Zunahme gezielter Hacker-Angriffe auf Bankkunden und ihre Online-Konten. „Wir erleben in Deutschland einen Angriff in unvorstellbarem Ausmaß“, so Jörg Ziercke, Präsident des Bundeskriminalamtes (BKA), in der Wochenzeitung Die Zeit.

Dabei kommt es immer häufiger vor, dass Unternehmens-Insider ihre Nutzungsrechte missbrauchen – so ein Ergebnis des „2010 Data Breach Investigations Report“ von Verizon Business. Die größte Gefahr geht

freilich nach wie vor von organisierten Gruppen außerhalb der Unternehmen aus. So oder so – Unternehmen stehen mehr denn je vor der Aufgabe, insbesondere ihre Datenbanken gegen unerlaubte Zugriffe abzusichern – denn dort befinden sich die wertvollen Informationen.

Mit InfoSphere Guardium bietet IBM eine unkomplizierte Lösung für die Absicherung aller Unternehmensdaten – von Finanz- und ERP-Informationen über Kunden- und Karteninhaberdaten bis hin zu geistigem Eigentum. Die Appliance arbeitet mit einer skalierbaren Architektur, die Kontrollmechanismen über die komplette heterogene Anwendungs- und Datenbankinfrastruktur hinweg automatisiert. Das Besondere: Sie

arbeitet nicht-invasiv, sondern vor der Datenbank. Und da kein Zugriff auf die Datenbank nötig ist, hat die Überwachung auch keine nennenswerte Auswirkung auf deren Performance.

Über eine einheitliche Webkonsole können Unternehmen besonders sensible Informationen lokalisieren und klassifizieren. Zudem können sie mithilfe der Lösung Schwachstellen erkennen, den Zugriff auf sensible Daten protokollieren sowie verhindern und darüber hinaus den gesamten Compliance- und Auditprozess automatisieren. Das Ergebnis: lückenlose Überwachung der Datenbanken und Erfüllung aller rechtlichen Anforderungen.



Fünf Fragen an Lars Thomsen

Heute wissen, was morgen passiert? – Zukunftsforscher Lars Thomsen über Informationen und seinen Weg zur guten Entscheidung



Lars Thomsen, future matters AG

Wir sehen uns in der Zukunft – wenn Lars Thomsen diesen Satz sagt, bekommt das Versprechen eine andere Bedeutung. Seit er 2001 die „future matters AG“ gründete, um beim innovativen Umgang mit Trends und Tipping Points der nächsten 520 Wochen zu helfen, hat er hunderte Organisationen weltweit beraten. Der gebürtige Hamburger und Wahl-Züricher ist an rund 200 Tagen im Jahr unterwegs, immer auf der Suche nach Veränderungen, die unsere Zukunft prägen. Der Insider hat Lars Thomsen zu seinem Umgang mit Informationen befragt.

Insider: Was bedeuten Informationen für Sie und wie informieren Sie sich?

Lars Thomsen: Nicht Informationen sind interessant, sondern die Fragen und Muster darin. Sie erlauben Rückschlüsse auf Trends und Tipping Points. Im Studium Ende der 80-er hieß es, man treffe umso bessere Entscheidungen, je mehr Informationen man habe. Das stimmt so nicht mehr. In Zukunft geht es mehr darum, Erfahrungen, Intuition und Vorstellungskraft einzusetzen, Muster zu erkennen

und „um die Ecke“ zu denken. Es geht um die richtigen Fragen. Denn Trendbrüche und Unsicherheiten nehmen zu, je stärker unsere Welt vernetzt agiert. Die hohe Geschwindigkeit, mit der wir Informationen austauschen, hat auch den Wandel enorm beschleunigt. Je mehr Veränderung, desto mehr Unsicherheit, je mehr Unsicherheit, desto mehr braucht es Mut, Willen und die Vision, die sich ergebenden Chancen zu nutzen. Sonst ist man nur Opfer der Umstände; reagiert, statt zu agieren.

Als Zukunftsforscher arbeitet man mit sehr vielen Informationen und Quellen. Man könnte fast sagen, ich atme sie. Daneben braucht man Zeit, Informationen zu interpretieren, zu überprüfen und fortzuschreiben – also Szenarien zu entwickeln. Und letztlich verdienen wir unser Geld damit, dass wir diese Art des Umgangs mit Informationen unseren Kunden als Vor- und Querdenker zur Verfügung stellen.

Insider: Was war in der letzten Zeit die wichtigste Information für Sie und wie haben Sie diese verwendet?

Lars Thomsen: Ich erhalte fast täglich Informationen, die in diese Kategorie fallen. Vielleicht die: Auf einen Quadratmeter Wüstensand in Nordafrika strahlt die Sonne jährlich 2.200 kWh Energie. Das ist praktisch die Hälfte des Jahresstromverbrauchs eines 4-Personen-Haushalts in Europa. Steigt der Wirkungsgrad von Solarkraftwerken in den kommenden Jahren aufgrund von Innovationen tatsächlich auf 20 Prozent, würde ein Feld – nicht größer als eine Pkw-Parkfläche – den kompletten Strombedarf eines Haushalts per Solar decken. Der Preis für diese Solaranlage fällt nach übereinstimmenden Berechnungen unterschiedlicher Quellen in den nächsten 500 Wochen auf ein Zehntel des heutigen Preises (Skaleneffekte, neue Herstellungsmethoden und Nanotechnologie). Damit wäre Energie aus Solar mit Abstand billiger als aus fossilen Energieträgern. Was auf der Entwicklungslinie fehlt, sind Energiespeicher (die Akkus von E-Autos wären ideal) und ein intelligentes trans-europäisches Stromnetz. Beides kommt mit einer Geschwindigkeit, die vergleichbar ist mit der Digitalisierung in den letzten 500 Wochen.

Insider: Welche Information hätten Sie gerne und was würden Sie mit ihr machen?

Lars Thomsen: Ich wüsste gerne, wie lange wir uns noch mit der über 100 Jahre alten QWERTZ-Tastatur abplagen und Massen von E-Mails schreiben. Zum einen glaube ich nicht, dass dies der Weisheit letzter Schluss ist, effizient und kreativ zusammenzuarbeiten. Ich kenne viele hochbezahlte Manager, die viele Stunden am Tag ihrem Posteingang widmen. Eine Tätigkeit, die früher eine Sekretärin erledigte und dabei ihrem Chef bis zu 90 Prozent der Prozesse abnehmen konnte. Diese Information wäre wichtig für die Frage, wie sich unsere Arbeit in den kommenden 10 Jahren entwickeln wird. Aber auch, weil meine neunjährige Tochter das Angebot bekam, einen Kurs in Maschinenschreiben zu besuchen. Sie fragte mich, ob sie dies in Zukunft überhaupt noch brauche, und ich sagte, das wisse ich nicht. Daraufhin sie: „Aber Papa, als Zukunftsforscher solltest du so was schon wissen!“

Insider: Wie kanalisieren und teilen Sie Informationen heute? Und wie war es vor zehn Jahren?

Lars Thomsen: Wir arbeiten in einem Team von sehr unterschiedlich denkenden Menschen, die sich gegenseitig informieren, inspirieren und herausfordern. Dafür haben wir eine Mischung aus Datenbanken, Intranet-Tools, aber auch sehr haptischen Informationsplattformen (Panaboards, Metapläne, Konferenzen, Think Tanks). Ich habe das Gefühl, dass wir noch viel lernen müssen, wie wir mit Informationen sinnvoll umgehen. Einerseits, um die mit uns im Netzwerk arbeitenden Personen nicht zu überfordern, andererseits um sicherzustellen, dass die wichtigen und wesentlichen Informationen geteilt werden. Dieser Prozess ist nie zu Ende. Vor zehn Jahren nutzte man sehr viel mehr Papier und statische Informationen. In zehn Jahren steht uns vermutlich sehr viel mehr künstliche Intelligenz zur Verfügung, um Informationen sinnvoll zu teilen und zu verwalten. Derzeit sind die meisten Computer ja nur Datenspeicher und Prozessrechner. Sie sind

noch nicht Teil des Prozesses, Informationen „zu verstehen“, aber in den kommenden 520 Wochen wird sich dies massiv ändern. Nach der Digitalisierung der letzten zehn Jahre folgt nun das Jahrzehnt der intelligenten und mitdenkenden Maschinen. Und das wird unseren Umgang mit Informationen und Computern vollkommen verändern.

Insider: Wie treffen Sie Entscheidungen?

Lars Thomsen: Ein weiser Kollege in den USA erklärte mir vor fast 20 Jahren, wie das geht: Er selbst hat als Hobby einen alten Schiffskutter im Hafen von Monterey. Immer wenn er rückwärts aus seinem Liegeplatz in das Hafenbecken ablegte, hatte er keine Kontrolle darüber, ob das Boot nach links oder rechts wendete. Er versuchte, das Problem in den Griff zu bekommen. Es blieb immer zufällig, egal, wie sehr er mit dem Ruder korrigierte. Ein alter Fischer mit ähnlichem Boot bugsierte hingegen jedes Mal vollkommen souverän seinen Kahn rückwärts in das Hafenbecken. Diesen fragte er. Der Fischer sagte lachend: „Es gibt einen Trick: Man haut den Rückwärtsgang rein, beobachtet, wohin sich der Kahn dreht, und entscheidet dann, dass dies die Richtung ist, in die man fahren möchte.“ Mit Trends ist es ähnlich: Beobachten, die Veränderung für sich nutzen und auch mal bereit sein, zu akzeptieren, dass es anders kommt, als man ursprünglich geplant hat. Das ist eine gute Entscheidungs-Strategie in Zeiten, in denen man immer weniger planen kann.

Vielen Dank für das Gespräch!

Veranstaltungskalender:

Workshop „Datenintegration live testen“
Alle Daten voll im Griff in
• Hamburg 25.11.2010

IBM Insurance Day
Stornoprävention, Betrugserkennung und Marketingoptimierung in der Versicherungswirtschaft
• Düsseldorf 7.12.2010

IBM Cognos Expert Roundtables
Exklusive Veranstaltungen in kleiner Runde zu den folgenden Themen:
• Projekt-Portfoliomanagement in Frankfurt/M. 9.12.2010
• Analytical Customer Relationship in Hamburg 15.12.2010

IBM Cognos Innovation Center Roundtable
Im kleinen Kreis dreht es sich an 2 Terminen um das Thema Budgetierung
• Nürnberg 16.12.2010
• Mannheim 11.01.2011

IBM Cognos Finance Forum
Neues und Best Practices für Controlling und Rechnungswesen
• Wiesbaden 16.03.2011

Mehr zu den Veranstaltungen unter:
ibm.com/de/insider

Abonnieren Sie jetzt den kostenlosen Insider – einfach auf unserer Website unter:

ibm.com/de/insider

Dokumentenerfassung leicht gemacht IBM übernimmt Datacap

IBM hat den US-amerikanischen Softwarehersteller Datacap übernommen und damit sein Portfolio an ECM-Produkten erweitert. Das in Tarrytown (New York) ansässige Unternehmen entwickelt Software zur Erfassung und zum automatisierten Management von Business-Informationen. Hierzu zählen Lösungen, die beispielsweise den Umgang mit Informationen aus gescannten Papierdokumenten erleichtern. Die Anwendungen von Datacap können zudem unstrukturierte Daten unterschiedlichen Dateityps, von E-Mails über JPEG- und GIF-Dateien bis zu Power-Point-Folien, digital erfassen und innerhalb kurzer Zeit konvertieren.

Datacap besitzt laut IBM über 200 Kunden in unterschiedlichen Bereichen wie Versicherungen, Produktion, Healthcare, Finanzen und öffentliche Verwaltung. Insbesondere Unternehmen, die mit großen Mengen an Papierdokumenten arbeiten, können mit Datacap Lösungen ihre Geschäftsprozesse beschleunigen und nicht zuletzt Papierkosten reduzieren. Datacap soll in das ECM-Geschäft von IBM integriert werden.



Impressum

Herausgeber:
IBM Deutschland GmbH
IBM-Allee 1, 71139 Ehningen

V. i. S. d. P.:
Joachim Hennebach, Steffen Ramsaier,
Dörthe Möller, Karsten Wilhelmus
Text und Redaktionsleitung:
Dr. Markus Diehl, Immo Gehde, Tim Rohde

Layout und Gestaltung:
OgilvyOne worldwide GmbH, Filiale Stuttgart
Ostendstr. 110, 70188 Stuttgart

Druck:
Sommer Corporate Media Elanders GmbH
Anton-Schmidt-Str. 15, 71332 Waiblingen

Fragen, die sich auf den Inhalt beziehen, richten Sie bitte an die Redaktion.

Redaktionsanschrift:
Adremcom
Postfach 250 372, 50519 Köln
Telefon: +49 221 9928-171
Telefax: +49 221 9928-172
E-Mail: info@adremcom.de
Internet: www.adremcom.de