

molkerei industrie

4

April 2010

Fachmagazin für die Milchverarbeitung

www.moproweb.de

Soziale Netzwerke

Immer wichtiger für die Industrie

Auf der eEvolution Konferenz bot die nGroup* Ende Februar erneut ein sehr breit angelegtes Programm rund um die Optimierung von Geschäftsprozessen. Mit eEvolution bietet dieser Zusammenschluss verschiedener mittelständischer Dienstleister und Softwarehäuser Lö-

sungen für nahezu alle Felder, von CRM bis ERP.

E-Commerce wächst

„E-Commerce gewinnt an Bedeutung und unsere Kunden setzen den Schwerpunkt immer mehr aufs Internet“, sagte nGroup

Geschäftsführer Frank Wuttke am 25. Februar in Hildesheim bei der Eröffnung der Konferenz. Dabei kristallisiert sich Google immer mehr als auch für die Wirtschaft wichtigstes Eingangstor ins Web heraus. Inzwischen habe „Google“ fast beängstigende Ausmaße angenommen, so Wuttke,

*Die nGroup GmbH & Co. KG gehört zu den führenden deutschen Softwareherstellern betriebswirtschaftlicher Lösungen für den Mittelstand. Mehr als 1.700 Firmen in Europa setzen die eEvolution.NET-basierenden Lösungen erfolgreich ein. Die nGroup ist Microsoft Gold Certified Partner und mit der ISV/Software-Solution Kompetenz ausgestattet. Partner der nGroup wie die Sopra EDV Informationssysteme GmbH aus Ismaning sorgen für die kontinuierliche Weiterentwicklung der Lösungen innerhalb der Nahrungs- und Genussmittelindustrie.



Der Spezialist für IT-Komplettlösungen

Warenwirtschaft | Planung | Produktion | Rohstoffmanagement | Rechnungswesen | Personalwirtschaft | Dokumentenmanagement | CRM

Vollständige IT-Integration statt Insellösungen.

SOPRA steht seit über 30 Jahren für die Integration individueller und ausgereifter IT-Lösungen. Profitieren auch Sie von unserem Know-how in der Nahrungs- und Genussmittelbranche, unseren innovativen Softwareprodukten und komplexen ERP-Lösungen. **Erleben Sie unsere flexible und effiziente IT-Komplettlösung. Wir beraten Sie gerne!** www.sopra-gmbh.de/integration

SOPRA
EDV-Informationssysteme GmbH
Mühlenstraße 1
D-85737 Ismaning
Telefon: +49.89.96 10 04-0
Telefax: +49.89.96 10 04-96
Email: info@sopra-gmbh.de
Internet: www.sopra-gmbh.de



nGroup Geschäftsführer Frank Wuttke: Alle Kunden sagen, dass Google bei ihnen den Eingang zum Internet bildet (Foto: mi)



„Die Planung muss in Netzwerken dezentral organisiert werden – erforderlich ist eine hohe ‚Granularität‘ der Staturhebung“ (Foto: mi)



Prof. Lars Schmidt-Thieme: „Bauen Sie um die Tags herum Ihre Foren auf“ (Foto: mi)

und daher seien Initiativen zu begrüßen, die hier Gegenpole aufbauen. Gleichwohl könne man derzeit nicht sagen, ob Bing nicht die Austreibung des Teufels durch Beelzebub sein wird.

Social Software

Für die Wirtschaft werden indes Werbung im Internet und Suchmaschinenmarketing immer wichtiger, speziell auch für Hersteller von Markenartikeln. „Social Software“ lautet dabei eines der Stichworte. Noch nahezu unentdeckt von der Lebensmittelindustrie bilden soziale Netzwerke in anderen Bereichen wichtige Absatz-vehikel, da sie Meinung bilden und dem Hersteller bei geschickter Einbindung zugleich wertvolle Informationen über die Produktverwendung und das tatsächliche Image von Produkten beim Verbraucher liefern.

Laut Prof. Lars Schmidt-Thieme, Universität Hildesheim, sind soziale Netzwerke im Internet heute vielfältig strukturiert: Facebook u. ä. Websites bieten Zugang zum Privatbereich der Nutzer, Blogs dienen dem

reinen Meinungs austausch, Twitter bringt Microblogs (kurze Statusmitteilungen) und bei flickr & Co. können eigene Erlebnisse mit anderen geteilt werden. Am wichtigsten für Marketingzwecke sind aktuell aber Reviews, kurz gefasste Kritiken von Anwendern und Produktverwendern für vielfältigste Bereiche. Diese Reviews können über Tagging noch vereinfacht und verkürzt werden: der Nutzer übernimmt einfach häufigkeitsgenerierte Attribute oder stellt selber solche Attribute auf, die mit Produkten verschlagwortet werden. Diese Schlagworte lassen sich dann an den verschiedensten Stellen wie Linkarena, Google oder Yahoo usw. ablegen. Die Meinungsmachende Wirkung von Blogs und Twitter ist enorm, wie nicht nur die letzte Wahl in den USA gezeigt hat.

Schmidt-Thieme zufolge ist die Einbindung von diesen Tags in Webshops schon länger Stand der Dinge (z. B. bei Amazon). Bei der Auswertung der Tags erfährt der Hersteller oder Händler dann, welche Terminologie Verbraucher im Zusammenhang

mit den jeweiligen Produkten verwenden, und er kann das Wissen der Konsumenten „einfangen“ – Schmidt-Thieme: „Billige und aktuelle Daten“. Letztendlich generieren Tags dann eben auch zielgerichtete Ansätze für die Produktinnovation.

250-Millionen-Nation

Wie wichtig heute Soziale Netzwerke sind, zeigte Prof. Georg Wilking von der Hochschule Niederrhein auf: mit 250 Millionen aktiven Nutzern stellen sie eine eigene „Nation“ dar. An sich haben solche Netzwerke privaten Charakter, doch sind sie gerade für die Industrie potenziell hochinteressant. Die Frage ist, so Wilking, ob das Marketing ihnen wirklich schon ausreichend Bedeutung schenkt.

Natürlich brachte die eEvolution Konferenz auch eine Fülle mehr IT-spezifischer Vorträge, molkerei-industrie wird eine Auswahl der Themen, z. B. „Produktionsnetzwerke der Zukunft“ in den nächsten Ausgaben behandeln.

Sopra

INTEGRIERTE ABSATZ- UND PRODUKTIONSPLANUNG

Die SOPRA EDV Informationssysteme GmbH hat für ihre ERP Lösungen mit dem Produkt eEvolution für Geschäftsprozessoptimierung und Produktivitätssteigerung nun ein Planungsmodul erstellt. Dieses Modul ist auch Stand-alone lauffähig und kann über Schnittstellen an über- und untergeordnete IT-Hierarchien angebunden werden. Ausgangspunkt der Entwicklung war, so Sopra-Geschäftsführer Martin Sedlmayr am 25. Februar auf der eEvolution Konferenz in Hildesheim, eine Planung zu schaffen, der die Verantwortlichen in den Betrieben auch wirklich vertrauen können.



Sopra-Geschäftsführer Martin Sedlmayr: Ein optimierter Einkauf benötigt aktuelle Daten und Trendaussagen (Foto: mi)

Generiert wird mit dem Modul eine Planung für Absatz und Bedarf auf Tages- bis Jahresbasis. Auf diese Weise lassen sich ungewollte Lagerbestände verringern sowie Daten für Lieferantengespräche und

Kontraktverhandlungen gewinnen. Die Angaben für Absatz hinsichtlich Menge, Kunden oder Kundengruppen, Artikel und Produktionsmonate holt sich das Modul aus dem ERP-System, ebenso die Daten für den Bedarf bzgl. Menge, Artikel und Monat und alle Stamm- und Bewegungsdaten. Die Planzahlen werden zu rollierenden Forecasts verdichtet, die über die IST-Zahlen Bedarf und Absatz hochrechnen. Läuft das Modul bereits einige Zeit in einem Unternehmen, lassen sich unter Einbeziehung von anstehenden VKF- und Marketingaktionen jederzeit aus der Historie Planzahlen für die Zukunft generieren. **sopra-gmbh.de**