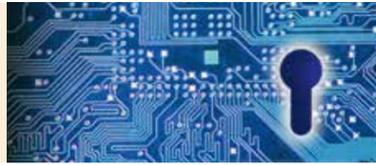




SAP stellt Hana 2 vor
Die nächste Generation der In-Memory-Plattform | Seite 6



Mehr Sicherheit für IBM i
Monitoring und Automation wichtiger Security-Aufgaben | Seite 8

Aus dem Inhalt

Neue Microsoft-Zentrale in Schwabing
„Smart Workspace“ für das Arbeiten 4.0 | Seite 2

Generationswechsel bei der TIS GmbH
Firmengründer zieht sich aus der Geschäftsführung zurück | Seite 2

ANZEIGE

DAS NEUE GROSSE IT-PORTAL

IT-ZOOM
WORLD OF TECHNOLOGY

IT & Business im Dilemma
Die Herbstmesse schrumpft weiter | Seite 3

Bitkom bleibt optimistisch
Deutscher ITK-Markt wächst 2016 auf über 160 Mrd. Euro | Seite 3

Neue IT-Trends im Maschinenbau
Der aktuelle IT-Report 2016 des VDMA | Seite 3

Trend-ERP 16 ist da
Benachrichtigungssteuerung durch Werteüberwachung | Seite 6

Infor mit neuem Großaktionär
Koch investiert über 2 Mrd. Dollar in den ERP-Anbieter | Seite 7

DVD IM INTERNET **DV-DIALOG.DE**

SCHLAGZEILEN

Googles neues Smartphone heißt Pixel google.de +++
E-Mail-Überwachung per Spam-Filter? Ein halbes Dementi von Yahoo Yahoo.de +++
Gerüchte um Fujitsus PC-Sparte – Lenovo als Käufer gehandelt fujitsu.de +++
HP Inc weitet Entlassungsprogramm aus – weltweit bis zu 4.000 Jobs auf der Kippe hp.com +++
Intel enttäuscht Börsianer: Starke Zahlen, schwacher Ausblick intel.de +++
Cloud-Boom stimmt SAP zuversichtlich – trotz Gewinnrückgang sap.de +++
Flammen-Debakel des Galaxy wird teuer für Samsung samsung.de +++
Hackerkollektiv mit Cyberangriff auf Dyn; Twitter, Netflix, Spotify, Paypal und andere Kunden der Internet-Company lahmgelegt dyn.com +++
Erdogan kappt soziale Netzwerke – Facebook, Twitter, Whatsapp und Skype betroffen div.de +++

Klartext



Jan Weigel,
Senior Sales Manager
bei Bosch Software
Innovations

Wie EDI in B2B-Plattformen integrieren?

Wir stellen bei der Beantwortung dieser wichtigen Frage immer wieder fest, dass Unternehmen dazu neigen Insellösungen aufzubauen bzw. im Einsatz zu haben. Das betrifft nicht nur Einzellösungen für EDI und B2B, sondern auch individuelle Lösungen für Prüf- und Freigabeprozesse oder Monitoring.

Aufgrund der Schnittstellenthematik und anderen Problemen, die oft aus solchen Insellösungen resultieren, verfolgen wir einen anderen Ansatz: Wir bieten mit Inubit eine zentrale Plattform für alle BPM-Anforderungen an, die sich sehr einfach an individuelle Anforderungen der Kunden anpassen lässt. Darüber decken unsere Kunden sowohl die Anforderungen des elektronischen Datenaustauschs als auch die Business-to-Business-Kommunikation ab.

Dank vieler Standardkonnectoren und -adapter können Drittsysteme einfach und schnell angebunden und auch interne Datenaustauschprozesse abgewickelt werden. Über die Einbindung von Anwendern in Portal-Lösungen können Prüf- und Freigabeprozesse umgesetzt werden.

Mit einem fachlichen und technischen Monitoring ermöglichen wir unseren Kunden Datenaustausch, die internen Prozesse sowie Prozesse mit Anwenderbeteiligung an zentraler Stelle zu überwachen. Auch bereits im Einsatz befindliche EDI-Lösungen lassen sich einfach integrieren, in Form von SOA-, EAI-, EDI- und B2B-Szenarien. Hierüber können auch Plattformen wie das System i integriert werden. Für sehr spezifische und individuelle Szenarien bieten wir zudem ein SDK zur eigenständigen Plug-in-Entwicklung an. ☑



Interview mit
Ralf Wintrich,
Geschäftsführer der
Intelligix IT-Services GmbH

Wie IT das Käuferlebnis im Handel verbessert

FOTO: UTE HERZOG

Im letzten Jahr setzte der deutsche Einzelhandel 472,4 Mrd. Euro um; der Marktanteil des Onlinehandels lag bei rund zehn Prozent. Der stationäre Handel bleibt in den meisten Warengruppen erste Anlaufstelle für Konsumenten. Er muss aber viel investieren, um seine Vorrangstellung gegenüber den digitalen Wettbewerbern zu verteidigen. Das ist das Fazit der gemeinsamen Studie „Trends im Handel 2025“ von KPMG, EHI, HDE und Kantar TNS, für die 1.015 Bundesbürger in einer repräsentativen Umfrage zu Einkaufsverhalten und -erwartungen befragt wurden. Immer mehr Kunden erwarten demnach neue Bestell- und Liefermöglichkeiten sowie eine bessere Verknüpfung aller Geschäftsprozesse vom Händler. Zudem verschlinge die Neugestaltung der Verkaufsflächen viel Geld. Trotz wachsender

Konkurrenz durch Internet- und Versandhandel sei es aber drei von vier Kunden „auch in Zukunft wichtig, im Laden einzukaufen zu können“.

Diese Kundenaussagen deuten darauf hin, dass der Onlinehandel in Deutschland in den kommenden fünf Jahren je nach Branche zwischen vier und neun Prozent wachsen wird – also langsamer als bisher. Für Stefan Genth, Hauptgeschäftsführer des HDE, „sind im stationären Handel das Einkaufserlebnis und die Verknüpfung mit digitalen Innovationen essentiell, um die Kunden vom eigenen Angebot zu überzeugen. Dabei kommt der Integration von Technik eine immer größere Bedeutung zu – sei es beispielsweise in Form interaktiver Schaufenster oder virtueller Umkleidekabinen. Darüber hinaus gibt es einen Trend zu hochwertiger Warenpräsentation, die Ansprüche der Kunden steigen. Am Ende des aktuellen Umbruchs im Einzelhandel werden die Handelsunternehmen erfolg-

reich sein, die Online und Offline am besten miteinander verzahnen.“

„Die Kunden wollen beides“, beobachtet Michael Gerling, Geschäftsführer des EHI Retail Institute, „den Einkaufsbummel in der Stadt ebenso wie die schnelle Beschaffung über das Internet. Sie möchten beispielsweise Ware online bestellen und im Geschäft abholen oder zurückgeben können. Viele Handelsunternehmen sehen dies als eine der größten technischen und organisatorischen Herausforderungen der kommenden Jahre an. Bei zwei von drei Handelsunternehmen hat die kanalübergreifende Prozessintegration höchste Priorität.“

Diese Trends kennt Ralf Wintrich aus der täglichen Praxis. Der Geschäftsführer der Intelligix IT-Services GmbH erläutert im Gespräch mit DV-Dialog, wie sich die resultierenden Herausforderungen auch dank moderner Software meistern lassen.

Interview Seite 4



Mehr als 10 Jahre Vorsprung in Managed Services, über 100 zufriedene Kunden



BEISPIEL?
Scannen und anschauen

Hier oder dort?

Erwarten Sie hochwertige Services!

Ob bei Ihnen „on premise“ oder in unseren Rechenzentren: Unsere Managed Services „made in Germany“ für IBM Power und Storage, Lenovo Intel und VMware entlasten Sie von Basisaufgaben und verschaffen Ihnen Freiräume, auf Wunsch 7x24. Wo und wie dürfen wir Sie unterstützen? Fragen Sie Ihre individuellen Services an!

UBL Informationssysteme GmbH | Hugenottenallee 173 | 63263 Neu-Isenburg | Telefon (06102) 303 3 | www.ubl-is.de

UBL
INFORMATIONSSYSTEME



Omni-Channel ohne Klimmzüge

Interview mit *Ralf Wintrich*,
Geschäftsführer der auf Software für den Handel
spezialisierten Intelligix IT-Services GmbH

FRAGEN: BERTHOLD WESSELER | FOTOS: UTE HERZOG

Im Jahr 1996 gründete Ralf Wintrich im Team mit drei weiteren Gesellschaftern Intelligix. Damals noch als Compex Software firmierend, ging es von Anfang an um die Entwicklung von Warenwirtschaftssoftware für den Handel. War diese ursprünglich speziell auf den Mittelstandsrechner AS/400 zugeschnitten, ist das ERP-System Netix Retail heute längst auch als Microsoft .Net-Lösung „On-Premise“ erhältlich – oder auch als Cloud-Lösung, gehostet in der Intelligix Private-Cloud.

Herr Wintrich, im Sommer hat Intelligix den 20. Geburtstag gefeiert. Was waren damals – im Vergleich zu heute – die größten Herausforderungen beim Betrieb der Kassen- und Warenwirtschaftssysteme im Handel?

Ralf Wintrich: Gute Frage, ist alles schon so lange her. Prozess- und Branchen-Knowhow waren damals wie heute wichtige Fundamente erfolgreicher Lösungen und Projekte. IT-Wissen, das seinerzeit noch im Vordergrund stand, ist in der heutigen Zeit nicht mehr wirklich gefragt. Früher ging es mehr um Dinge wie Memory-Nutzung, Adress-Location oder Treiber. Heute stehen mehr Usability, Service-Integration und Mobilität im Vordergrund.

Welche Fortschritte bei der Weiterentwicklung ihrer Software Netix Retail haben zur Bewältigung dieser Herausforderungen beigetragen – und wo sehen Sie heute noch Optimierungspotential?

Wintrich: Ein herausragender Grund war sicherlich auch die zugrundeliegende Platt-

form, auf der wir damals aufgesetzt haben. Das ERP-System wurde ursprünglich auf der AS/400 unter Berücksichtigung der Anbindung verteilter Standorte entwickelt. Die AS/400 hat sich zum offenen System i gewandelt, ohne dass wir immer wieder gezwungen waren, technologische Klimmzüge zu machen.

Der Investitionsschutz im Verlauf dieser evolutionären Entwicklung unserer Lösungen war immens. Die IT-Welt ist offener, bunter und unendlich viel breiter geworden. Das eröffnet uns heute natürlich viel mehr Möglichkeiten. Unser Augenmerk dabei liegt aber immer darauf, den Anwender mitzunehmen und Lösungen so umzusetzen, dass sie sinnvoll und nutzbringend sind. Wir können heute Lösungen intuitiver und einfacher machen – ganz nach dem Motto: „Keep it simple“.

Was sind denn aktuell die größten Herausforderungen im mittelständischen Einzelhandel? Wie kann IT helfen diese Herausforderungen zu meistern?

Wintrich: Zum einen sieht sich der stationäre Einzelhandel mit dem steigenden Absatz im Online-Handel konfrontiert, zum anderen mit einem auch demografisch bedingten, veränderten Kaufverhalten der Konsumenten. Das stationäre Einkaufen soll immer mehr zum Erlebnis werden – und die Ansprache des Kunden immer individueller. Für uns bedeutet das, dem Händler mehr Möglichkeiten zu geben, seine Kunden auch individuell anzusprechen. Das beginnt bei der intelligenten Analyse des Kaufverhaltens, geht über die direkte Ansprache des Kunden im Marketing und führt hin bis zum Service in Verbindung mit Online-Angeboten.

Stichwort Omni-Channel: Ist das ein Thema im Mittelstand? Falls ja: Welche Konsequenzen hat das für die IT-Systeme des Händlers?

Wintrich: Selbstverständlich ist das ein Thema! Der Einzelhandel verliert jedes Jahr weiteren Umsatz an den Online-Handel. Gerade für den Mittelständler ist es wichtig, dass dieser Umsatz an den eigenen Online-Shop fällt und nicht an einen Wettbewerber.

Deshalb sollte er den eigenen Online-Shop als sinnvolles Tool im Sinne einer Erweiterung seines stationären Vertriebs sehen – und nicht als konkurrierenden Kanal.

Im Vordergrund stehen die Touchpoints der Konsumenten mit dem eigenen Unternehmen und somit eine passende Convenience- und Serviceausrichtung. Dass ein Großteil der Kaufentscheidungen mittlerweile durch eine Informationssuche im Internet vorbereitet wird, ist längst keine Neuheit mehr. Selbst bei Spontankäufen prüft der moderne Konsument sicherheitshalber oft am POS online noch einmal schnell Produktbewertungen und Preise.

Was kann der stationäre Handel tun?

Wintrich: Die wahrgenommenen Vorteile des stationären Handels, wie kompetente und unabhängige Beratung, eindruckstarke Warenpräsentation mit Touch & Feel und sofortige Warenverfügbarkeit für Spontankäufe, sind ja nach wie vor aktuell. Warum also nicht die Warenpräsentation mit interaktiven digitalen Inhalten aufwerten, unabhängige Produktreviews anbieten und dem Kunden dieselben aktuellen Informationen und individuellen Angebote ermöglichen wie im Web? Innovative

Lösungen mittels iBeacons und Bluetooth-Low-Energy-Sendern sollen Kunden dazu veranlassen, sich auch am POS „einzuloggen“. Damit steigen die Möglichkeiten, über das Kundenprofil die individuellen Vorlieben und Produktinteressen zu analysieren und zu bedienen.

Last but not least: Auch wenn sich der Kunde zum Kauf eines Produktes entschieden hat, kann man durch Omni-Channel-Lösungen mit Convenience punkten. Das gewünschte Produkt ist am POS nicht lagernd, aber vom eigenen Online-Shop lieferbar? Der Kunde wurde durch geschicktes Search-Engine-Advertising direkt bei der Informationssuche in den eigenen Online-Shop geführt ... will aber das Produkt sofort haben anstatt auf die Lieferung zu warten? Die Verknüpfung von Online- und Offline-Leads oder von Einkäufen bietet sowohl dem Käufer als auch dem Händler große Vorteile.

Online-Shops schießen wie Pilze aus dem Boden. Worauf kommt es bei Gestaltung und Betrieb an, damit diese Shops erfolgreich werden? Stichwort Customer Experience ...

Wintrich: Da sehe ich mehrere Punkte. Die Navigation und ein intuitives Bedienkonzept sind hier ebenso wichtig wie die richtige Warenpräsentation, inklusive der Angaben zur Verfügbarkeit.

Der Onlinekauf wird zunehmend mobil. Das bedeutet: Der Shop sollte über eine sehr gute mobile Darstellung und ggf. auch über Responsive-Design verfügen. Im Check-Out sollte die richtige Wahl der Zahlungsmittel getroffen werden. Für stationäre Einzelhändler sollten Serviceoptionen wie Click & Collect

nicht fehlen. Am Ende sind eine funktionierende Logistik und alle Bereiche des Fulfillment für das Halten von Kunden von großer Bedeutung.

Mit der Netix Mobile Solution hat Intelligix ein neues Produkt entwickelt. Was ist die Idee dahinter – und wie fügt es sich in die bisherige Standardlösung ein?

Wintrich: Wir möchten unseren Kunden die Chance geben, digitale Vorgänge und Anfragen dorthin zu verlagern wo sie entstehen. Medienbrüche und der damit einhergehende Overhead an Organisationsaufwand werden so deutlich reduziert und Prozesse beschleunigt. Hierzu wurde in Netix Retail eine Servicearchitektur implementiert, die eine Kommunikation zwischen mobiler Applikation und Backend in Echtzeit ermöglicht. Somit kann der Händler, z. B. während der Retouren-Aufnahme, ein Retouren-Budget beim Lieferanten gegenprüfen, beim Wareneingang den elektronischen Lieferschein einbinden oder bei der Kundenbestellung auf die Kundenakte zugreifen.

Wintrich: Intelligix verfügt über ein sehr breites Spektrum an Branchenmodulen, die im Baukastenprinzip für den einzelnen Kunden zusammengesetzt werden. Für die jeweiligen Module gibt es darüber hinaus Einstellungen/Parameter, die kundenindividuell angepasst werden können.

Wir sind heute in der Lage, die Branchengrundkonfiguration für einen Neukunden innerhalb eines Tages in der Cloud bereitzustellen. Die weiteren individuellen Einstellungen werden nach einem Praxisworkshop vorgenommen. Bis auf individuelle Schnittstellen ist unsere Anwendung heute zu 100% im Standard implementiert. Das ermöglicht uns ein sehr agiles und zeitnahes Erweiterungs- und Patchmanagement.

Begonnen haben Sie mit Netix Retail auf der AS/400. Heute ist Ihre Software längst plattformunabhängig und auch Cloud-fähig. Wie wichtig ist heute noch die Plattformfrage? Gibt es Vorteile, wenn der Kunde Netix Retail auf einem System i betreibt?



„Die Plattformfrage drängt immer weiter in den Hintergrund, da der Zuspruch für Cloud-Lösungen derzeit deutlich stärker angefragt wird als vor Jahren noch. Hier stehen die Lösung und ihre Verfügbarkeit im Vordergrund.“

Ralf Wintrich

Von den Kunden sind zunehmend mobile Lösungen gefragt, vor allem an der Kasse. Doch beim „Mobile Payment“ wird noch viel experimentiert. Was raten Sie den Händlern?

Wintrich: Wir setzen uns schon seit geraumer Zeit mit diesem Thema auseinander. Bezahlen mit dem Smartphone funktioniert – aber kaum jemand weiß wie. Das kontaktlose Bezahlen mit dem Smartphone per NFC-Technologie (Near Field Communication) scheitert bislang noch oft daran, dass die Verbraucher nicht ausreichend über das neue Verfahren informiert sind. Es ist keine Frage des Ob oder Ob nicht, sondern eine Frage des Zeitpunkts. 60 Prozent der großen Handelsunternehmen werden bis Ende 2016 kontaktlose Kartenzahlungen akzeptieren können. Das Thema Sicherheit beim „mobile Payment“ hält bestimmt noch einige Konsumenten davon ab, diese Art des Bezahlers in ihren Alltag zu integrieren. Wann sich das mobile Bezahlen durchsetzt, wird die Zeit zeigen; am Ende liegt es an der Akzeptanz der Endkonsumenten.

So vielfältig wie der Handel, so vielseitig muss auch die Standardsoftware zur Unterstützung und Optimierung der Geschäftsprozesse sein. Wie sorgt Intelligix für die nötige Skalierbarkeit und Flexibilität, so dass sich die Software genau an die jeweilige Unternehmenssituation anpasst?

Wintrich: Die Plattformfrage seitens des Kunden drängt immer weiter in den Hintergrund; der Zuspruch für Cloud-Lösungen ist derzeit deutlich größer als noch vor einigen Jahren. Hier stehen heute die Lösung und ihre Verfügbarkeit im Vordergrund. Bei einer On-Premise-Installation in einer nicht vorgegebenen IT-Infrastruktur empfehlen wir aufgrund der Stabilität, Sicherheit und der daraus resultierenden Wirtschaftlichkeit nach wie vor das System i als Best Choice. Auch wir selbst betreiben in unseren Rechenzentren die Lösung auf IBM i.

Unter welchen Umständen ist die Cloud-Lösung heute bereits eine valide Option? Worauf kommt es an, dass dabei die gebotene Sicherheit, Verfügbarkeit und Performance sichergestellt ist?

Wintrich: Für nicht produktionsrelevante Bereiche und die Kassensysteme ist die Cloud bereits eine sehr gute Option, über die der Kunde nachdenken sollte – und dies auch tut. Der Kunde kann heute die Produktpalette von Warenwirtschaft über Fibu, DMS und Lohn komplett als Cloud-Lösung erhalten. Die Anbindung ist mehrfach redundant über eigene, in Deutschland gehostete Rechenzentren mit hoher synchroner Bandbreite verfügbar. Wir legen zudem sehr hohen Wert darauf, unsere Kunden in einer Private-Cloud-Infrastruktur anzubinden, so dass ein öffentlicher Zugang zu diesen Systemen nicht möglich ist. Unsere Lösung ist bereits seit 1998

auf eine optimierte Datenübertragung mit hoher Performance ausgelegt. Das ermöglicht es uns, unsere Software auch als echte Cloud-Lösung und nicht nur als schlichte Virtualisierung anzubieten.

Können Ihre Kunden zwischen dem Lizenz- oder Mietmodell beim Software-Erwerb wechseln – oder diese kombinieren?

Wintrich: Hier gibt es verschiedene Miet- und Kaufmodelle, die wir mit dem Kunden individuell vereinbaren. Grundsätzlich kann ein Mietkunde die Software auch erwerben und alles selbst betreiben. Ebenso ist ein Umstieg

von einer eigenen Installation in die Cloud möglich.

Wenn Sie in die Zukunft blicken: In welche Richtung wollen Sie Netix weiterentwickeln? Welche Neuerungen in der Warenwirtschaft und an der Kasse können Kunden erwarten?

Wintrich: Wir werden verstärkt mobile Lösungen entwickeln. Zudem wird der Bereich CRM analytisch stark erweitert werden, hier insbesondere im Hinblick auf Omni-Channel-Marketing, POS-Marketing und Couponing. Für die Kassensysteme ist zudem ein User-Interface-Refresh geplant. ☑

ANZEIGE

Dear Future,
I'm ready ...



EHRHARDT + PARTNER

www.ehrhardt-partner.com

Creating a smarter
Logistics World