

# Web-Business

E-LEARNING VERMITTELT  
NEUES WISSEN

**BILDUNG  
PER  
MAUSKlick**

---

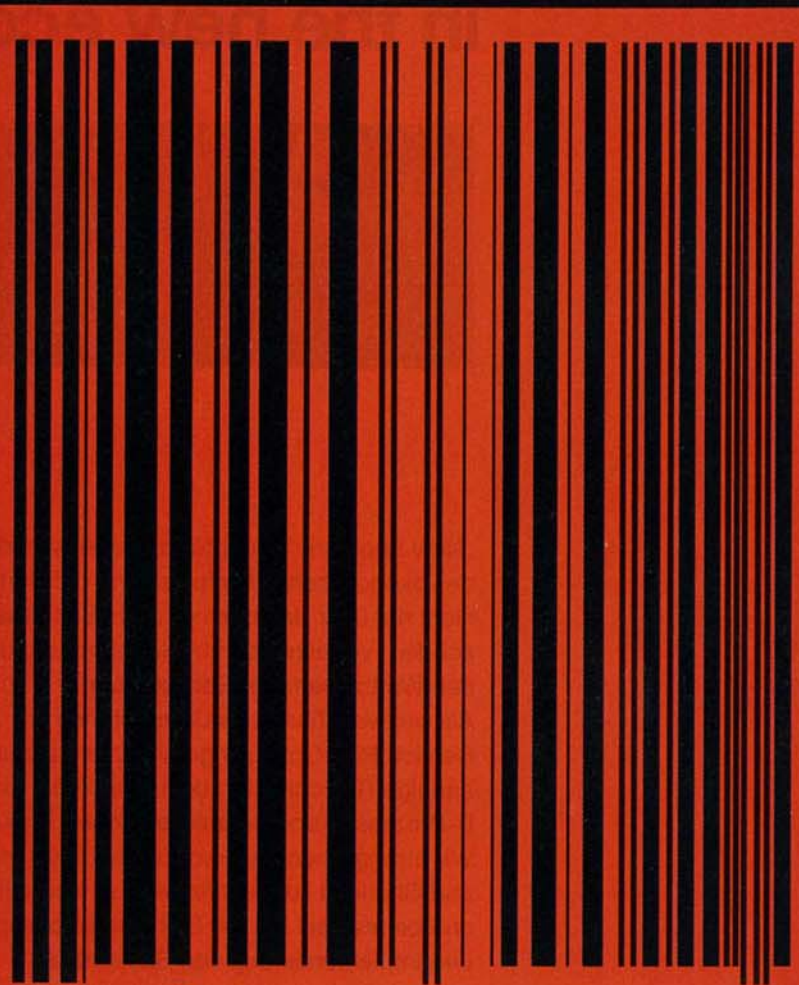
MIT ERP-LÖSUNGEN FIT  
FÜR DIE ZUKUNFT

**INTEGRIERTE  
PROZESS-  
STEUERUNG**

---

E-PROCUREMENT SENKT  
BESCHAFFUNGSKOSTEN

**WAREN  
IM  
NETZ**



# CONTENT

MAßGESCHNEIDERT UND AK-  
TUELL: WEBINHALTE ALS NEUE  
SERVICESTRATEGIE MACHEN  
EINE ZIELGRUPPENGERECHTE  
KUNDENANSPRACHE MÖGLICH



## E-BUSINESS-INTEGRATION

# Dienstleister für den Mittelstand

Der Mittelstand in Deutschland hat einen neuen wichtigen E-Business Dienstleister gefunden. Aber neu bedeutet nicht unerfahren. Ganz im Gegenteil: Der Zusammenschluss von sieben



## Strategie

Achim Greif, Vorstandssprecher taskarena, setzt auf Innovationsfähigkeit.

deutschen IT-Integratoren und Softwarehäusern zu einer AG im Sommer 2000 hat einige der kompetentesten Namen in der Branche zusammengeführt. Das neue Unternehmen, das seit Jahresbeginn unter dem Namen taskarena AG auf dem Markt ist ([www.taskarena.de](http://www.taskarena.de)), versteht sich explizit als Dienstleister für den Mittelstand und deckt in seinem Leistungsspektrum von E-Commerce

über E-Security, von Consulting über Entwicklung, von Mitarbeiter-Training bis hin zu IT-Services alles ab, was ein Mittelständler im EDV-Bereich auf dem Herzen hat. Da alle zusammengeschlossenen Unternehmen über eine respektable Biographie verfügen, fängt man nicht bei Null an. Vorstandssprecher Achim Greif: „Wir verfügen über jahrelange Kundenbeziehungen mit stetig wachsenden Umsätzen und einer starken Bindung der einzelnen taskarena-Standorte in der Region.“ Die Fusion lässt ein Unternehmen mit aktuell 400 Mitarbeitern und einem Umsatz von mehr als 100 Mio. DM entstehen, das sich als Holding in die zwei Tochtergesellschaften taskarena IT-Solutions GmbH und taskarena IT-Consulting GmbH aufteilt. Sitz der Unternehmenszentrale ist Bonn, der Standort der AG ist das westfälische Unna. Tochtergesellschaften gibt es auch in den USA und Tschechien. Die Entwicklungsabteilungen der einzelnen Standorte sollen in naher Zukunft zu einer weiteren GmbH integriert werden.

**Letzteres ist ein** klarer Hinweis auf den besonderen Fokus der Unternehmensstrategie von taskarena – die Innovationsfähigkeit. Wichtigster Baustein dieser Strategie wird die Einrichtung einer eigenen IT-Akademie im Umfeld der Technischen Hochschule Aachen sein, die als Weiterbildungszentrale der Mitarbeiter und als Kommunikationsplatz für Know-how-Transfer fungieren soll.

*Dr. Joerg Hensiek*

## SOFTWARE

## Expertenrat

**Ganzheitliche** Betreuung von CRM-Software-Projekten und strategische IT-Beratung stehen im Mittelpunkt der Aktivitäten der Nürnberger evosoft Customer Care GmbH. Unter Leitung von Geschäftsführer Michael Maug bietet das Unternehmen individualisierte CRM-Lösungen an, die auf die speziellen Anforderungen zugeschnitten sind. Branchenübergreifende Erfahrungen der Experten kommen den Kunden zugute.

*Michael Ritter*

Infos unter: [www.evosoftware.com](http://www.evosoftware.com)



## SOFTWARE

## Marktforschung leicht gemacht

Im Institut für DV-gestützte Marktforschung, der MAFO-tools gmbh, entwickelt ein Team aus Marktforschern und Programmierern Analysesoftware, welche auch von mittelständischen und kleineren Unternehmen selbstständig und dadurch kostengünstig zur Gewinnung notwendiger Marktinformationen (z. B. Kundenzufriedenheit / Marktpositionierung / Werbewirkung) eingesetzt werden kann. Die Programme werden immer für die Händler bzw. Dienstleister einer bestimmten Branche bzw. eines Verbundes optimiert und beinhalten sämtliche Bausteine zur Durchführung der Studien: Projektpläne, Fragebögen, Interviewerleitfäden, Masken zur Dateneingabe und statistische Berechnungsmodelle. Ein besonderer Vorteil des Systems liegt in der Möglichkeit geziel-

ter Auswertungen. Anders als die Tabellenbände traditioneller Marktforschungsberichte kann das System jede Fragestellung sofort mit einem Mausklick grafisch auswerten bzw. darstellen. Ebenso einfach lassen sich konkrete Handlungsempfehlungen ableiten. Die Auswertungen liefern u. a. folgende Informationen:

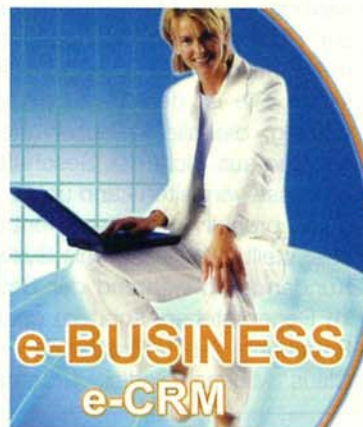
- Stärken und Schwächen des Unternehmens aus der Sicht der Kunden,
- die eigene Marktposition im Vergleich mit den wichtigsten Wettbewerbern,
- strategische Wettbewerbsvorteile und regionale Marktlücken.

*Prof. Edgar Feichtner*



## Analyse

Software für Marktforschung stellt Prof. Edgar Feichtner vor.



## KUNDENBINDUNG

## Ganzheitlicher Business-Plan

Die Dortmunder Materna GmbH zählt zu den führenden deutschen Softwarehäusern. Mit der Materna-Internet-Strategie E-Solutions deckt das Softwarehaus die Bereiche E-CRM, E-Business und E-Management ab. Dem Unternehmen ist dabei das ganzheitliche Zusammenspiel von Internet-Anwendungen, Kundenbindungs- und Service-Werkzeugen sowie dem Management der für ein erfolgreiches E-Busi-

ness notwendigen IT-Systeme wichtig.

**Unter dem Motto** „Living e-Business“ stellte Materna auf der diesjährigen CeBIT seine Sicht einer professionellen Kundenorientierung im Internet vor. Content, Commerce und Community sind dabei die wichtigsten Aspekte, um dieses Ziel zu erreichen. Mit Dynamo 5 des Partnerunternehmens ATG präsentierte das Unternehmen auf der Messe die erste E-CRM-Plattform, die über eine Personalisierung in umfangreichen Szenarien und individualisierte E-Business-Lösungen verfügt.

**Dr. Winfried Materna**, Geschäftsführer, sieht den Warenvertrieb im Internet „am Anfang einer Entwicklung, die den Alltag des Menschen verändern wird. Der Kunde darf auch in den virtuellen Shops nicht allein gelassen werden.“ Je erklärungsbedürftiger ein Produkt sei, umso mehr Wert müsse auf leicht zugängliche Serviceinformationen gelegt werden. Plausibilitätsprüfungen seien dabei eine große Hilfe.

*Michael Ritter*

Infos unter: [www.materna.de](http://www.materna.de)