

Digital transformieren.

Manuel Grenacher

Vom Schweizer Startup zum weltweiten Lösungsanbieter.

> Seite 8

Customer Experience Monitor 2018

Wie macht man Schweizer Kunden glücklich?

> Seite 12

Digitale Interaktion prägt das Kundenerlebnis

13 KMU berichten über digitale Projekte.

> Seite 20

CUSTOMER EXPERIENCE



KMU21 – eine Initiative der Schweizer SAP Partner für KMU

Magazin und Wissensplattform bieten Unternehmern eine Fülle von Informationen, Beiträgen und Kontakten rund um das Thema der Digitalisierung:

- **Fachbeiträge** renommierter Persönlichkeiten zum jeweiligen Schwerpunktthema
- **Inspiration** zur digitalen Transformation in Ihrem Unternehmen
- **Erfahrungsberichte** namhafter Schweizer KMU
- **Grosses Netzwerk** von kompetenten, spezialisierten Software-Dienstleistern

Jetzt kostenlos
das **Magazin abonnieren**



www.kmu-21.ch/abo

Jetzt das SAP **Partner-Netzwerk**
kennenlernen



www.kmu-21.ch/partner

Jetzt unverbindlich einen
Demotermin vereinbaren



www.kmu-21.ch/demo

KMU21

KMU21 Magazin

Ausgabe 02-2019

HerausgeberinSAP (Schweiz) AG
Althardstrasse 80
8105 Regensdorf**Redaktion und
Gestaltung**TM Kommunikation GmbH,
Winterthur**Druck**Schmid-Fehr AG,
9403 Goldachprinted in
switzerland**Kontakt**

mail@kmu-21.ch

Alle Rechte vorbehalten. Die Urheberrechte für veröffentlichte Texte, Grafiken und Bilder liegen bei SAP (Schweiz) AG oder beim jeweiligen Partner oder Lieferanten. Nachdruck, Verbreitung und die elektronische Wiedergabe des Inhalts, auch auszugsweise, nur mit schriftlicher Genehmigung der Herausgeberin.

Kunden sollte man nicht binden, sondern begeistern

Liebe Leserin, lieber Leser

Wissen Sie, warum sich Kunden für Ihr Unternehmen entscheiden und nicht für einen Mitbewerber? Wegen des einzigartigen Angebots? Vermutlich nicht, denn die meisten Produkte oder Dienstleistungen unterscheiden sich kaum von denen der Konkurrenz.

Ob jemand Kunde wird und bleibt, hängt massgeblich vom Gefühl ab, das ein Unternehmen hinterlässt – vom Kundenerlebnis oder der Customer Experience. Und genau hier liegt die grosse Chance, zu überzeugen und besser zu sein als alle andern: Wer Kunden nebst dem gewünschten Produkt mehr bietet als erwartet, fällt positiv auf und bleibt in Erinnerung. Zu diesem Unternehmen kehrt man gerne zurück, und man empfiehlt es weiter.

Wie es KMU gelingt, mit Kundenerlebnis zu überzeugen, warum sie es diesbezüglich ohne Scheu mit Grossunternehmen aufnehmen können und welche Rolle die Technologie dabei spielt, erfahren Sie in dieser Ausgabe.

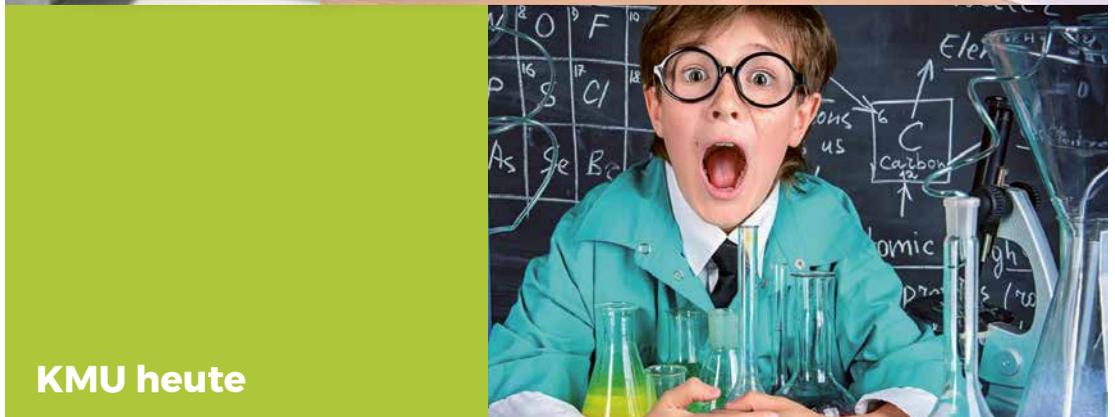
Viel Spass bei der Lektüre – lassen Sie sich inspirieren!

Ihre Denise Sprecher
Leiterin KMU-Marketing bei SAP (Schweiz) AG

DENISE SPRECHERLeiterin KMU-Marketing
bei SAP (Schweiz) AGdenise.sprecher@sap.com



Customer Experience



KMU heute



Aus dem Hause SAP

1

Customer Experience

2

KMU heute

3

Aus dem Hause SAP

- 08 **Perfekte Servicemomente:** Warum Kundenzufriedenheit Chefsache ist.
- 12 **KMU** haben **beim Kundenerlebnis die Nase vorn** – wie das?
- 16 In der **Ära der Erlebniswirtschaft** ist Kundenzufriedenheit eine Herausforderung. SAP Qualtrics hilft.
- 20 **Lieferantenpartnerschaften aufbauen, Beschaffungspreise reduzieren** – mit Swisscom und Ariba.
- 22 Prognosemodelle von s-peers – für **agile interne Forecast-Prozesse**.
- 24 **Customer Experience meets Employee Experience** – dank Lösungen von smahrt consulting.
- 26 **Welche Cloud ist die Richtige?** Die Matrix von processpartner hilft bei der Entscheidung.
- 28 **Business Analytics** von plus-IT: **So steuert Sanitas Troesch** Ausstellungen, Sanitärshops und Logistikzentren.
- 30 **Stedy Gwürz nutzt IoT** von oneresource zur Bewirtschaftung der Shop-in-Shop-Regale.
- 32 NeoDeltas **Software kümmert sich bei Feuerring um die Administration**. So bleibt Zeit für Kunst.
- 34 **Automatisierte Systemüberwachung** – die Sensoren von itesys **sparen Zeit und Geld**.
- 36 **Machine Learning:** Mit itelligence stemmen Sie **in 60 Tagen** Ihr erstes Projekt.
- 38 **SAP Systeme halten eine kleine Ewigkeit**. innflow zeigt, wo's lang geht.
- 40 Mit Lösungen von DATA UNIT: **1A-Dienstleistungen der Chemie Brunschwig**.
- 42 **SAP selbst betreiben oder auslagern?** Avectris hilft bei der Entscheidungsfindung.
- 44 **100-Prozent-Umzug in die Cloud** – mit AGILITA geht das in nur 5 Wochen.
- 48 Veranstaltungen: **Hackathon bei BSC Young Boys:** 15. & 16.11.2019.
- 49 openSAP Digital Transformation Certificate: **Schweizer Absolventen berichten**.
- 50 **SAP für KMU kennenlernen:** Auf diese Lösungen vertrauen über 1500 Schweizer KMU bei Digitalisierungsprojekten.
- 51 **Referenzvideos:** Warum Schweizer KMU sich für SAP entscheiden.



1

Customer Experience

- 08 **Perfekte Servicemomente:** Warum Kundenzufriedenheit Chefsache ist.
- 12 **KMU** haben **beim Kundenerlebnis die Nase vorn** – wie das?
- 16 In der **Ära der Erlebniswirtschaft** ist Kundenzufriedenheit eine Herausforderung. SAP Qualtrics hilft.



MANUEL GRENACHER

Manuel Grenacher, 38 Jahre jung, wuchs im Aargau in einfachen Verhältnissen auf. Schon mit 12 hatte er seine eigene «Firma» und handelte mit Computerteilen. Während seines Informatikstudiums an der Fachhochschule für Technik in Windisch beschäftigte er bereits zehn Mitarbeitende und gründete 2002 die Coresystems AG. Das Unternehmen entwickelt mobile und cloudbasierte Field-Service-Management-Lösungen. 2013 folgte mit der Gründung der Mila AG der nächste Streich. Diese Serviceorganisation verbindet Personen mit technischem Wissen und solche, die technische Hilfe benötigen. Mittlerweile sind beide Firmen verkauft: Coresystems an SAP und Mila an die Swisscom.



Make it a core moment – perfekte Servicemomente machen im Kundendienst den Unterschied

INTERVIEW: **DANIELLA SCHORI**, KMU21

Zwei Service-Dienstleistungsunternehmen zu gründen und so erfolgreich zu machen, dass SAP bzw. Swisscom sie kaufen wollen – das ist spektakulär. Wir wollten von Manuel Grenacher wissen, wie man Kunden glücklich macht.

Herr Grenacher, Ihre Unternehmer-Vita ist beeindruckend. Was treibt Sie an?

Ich denke, Unternehmer ist man – oder nicht. Zudem spielt es eine Rolle, wie man aufwächst. Ich hatte immer diesen Hunger, aus unserem ländlichen Dorf raus in die grosse Welt zu gehen. Auch der Zeitpunkt ist relevant. Ich habe während des Studiums über eine Unternehmensgründung nachgedacht. Da herrscht Aufbruchstimmung, man macht sich keine Gedanken über Risiken und es ist leicht, Mitstreiter zu finden, die helfen, eine Idee umzusetzen.

Das hört sich spielerisch an?

Oft fragt man mich nach meiner Work-Life-Balance. Ich antworte, dass ich eine Work-Work-Balance habe. Ich denke gross, habe den Willen, viel zu erreichen, und Freude daran, Herausforderungen zu meistern. Ja, ich arbeite mehr als andere, weil ich das so will, weil es mir Spass macht.

Sie haben zwei Firmen gegründet, die Dienstleistungen im Servicebereich anbieten. Weshalb?

Mit Service und Support können sich Unternehmen von anderen differenzieren. Wir leben heute in einer Experience Economy. Trotzdem fokussieren sich viele Unternehmen nur darauf, ein gutes Produkt anzubieten. Das reicht nicht mehr. Erfreulich ist: Kunden sind bereit, für ein gutes Erlebnis mehr zu bezahlen und wiederzukommen! Nehmen Sie das Beispiel Starbucks. Die sieben Franken für einen Kaffee bezahlen Sie, weil Sie im Laden stundenlang relaxen oder arbeiten können, ohne schräg angeschaut zu werden.

Jedes Unternehmen muss sich überlegen: Welches «Mehr» gebe ich zum Produkt dazu? Welches Erlebnis biete ich meinen Kunden, das andere nicht bieten? Gerade im Servicebereich sind die Chancen riesig, sich abzuheben. Laut unserer Statistik sind über 65% der Schweizer Kunden mit dem Service ihres Anbieters nicht zufrieden – das würde ich als Unternehmen nutzen! ▶



MANUEL GRENACHERS UNTERNEHMERGRUNDSÄTZE



1

**Kundenzufriedenheit
ist Chefsache**

2

**Hinausgehen in die echte
Welt, raus zum Kunden**

3

**Neugierig sein und
fragen, fragen, fragen**

4

**Gross denken und bereit
sein, viel zu arbeiten**

5

**An die Idee glauben und
Mitstreiter finden**

6

**Andere begeistern
und vorleben, was man von
ihnen erwartet**

Coresystems bietet Software an – machen nicht eher die Menschen den Unterschied beim Kundendienst?

Es geht ums Gesamterlebnis. Eine clevere Software hilft, die Abläufe einer Serviceorganisation zu perfektionieren. Sie stellt beispielsweise sicher, dass der Kunde einfach Kontakt aufnehmen kann, dass Informationen zur Kundenbeziehung, Ersatzteile und Fachwissen bereitstehen und dass der Servicetechniker in kurzer Zeit vor Ort ist. Klar: Wenn dieser sich dann unmöglich benimmt, macht auch die Software das Erlebnis nicht besser.

Das Leben wird in Momenten erfahren – in kleinen und in grossen. Alle Momente sind wichtig, doch oft machen die kleinen Dinge den Unterschied. Wir nennen perfekte Service-Momente «core moments»: Hier kommen wir zum Kern der Sache, Kundendienst ist uns eine Herzensangelegenheit – deshalb die spielerische Andeutung in unserem Unternehmensnamen.

Wie stellen Sie sicher, dass Ihre Kunden «core moments» erleben?

Ich mache die Erlebnisse messbar und frage meine Kunden. Der Kunde steht im Zentrum. Das ist kein Geschwätz: Mindestens 50% meiner Arbeitszeit bin ich bei unseren Kunden. Ich hole Feedback ein, höre zu und nehme meine Mitarbeitenden – beispielsweise die Entwickler – mit zu den Kunden. Dort erfahren wir hautnah, was funktioniert und was verbessert werden muss. So kommen wir auch auf ganz neue, disruptive Ideen – beispielsweise auf unser Crowd-Service-Modell, mit dem man auf einer Plattform in Echtzeit verfügbare Servicetechniker in seiner Nähe findet ... also Uber für Servicedienstleistungen. Mitarbeitende schauen immer auf den Chef. Ich gehe voran und ziehe in die gewünschte Richtung. Deshalb bin ich beim Kunden!



Wie gelingt es Unternehmen, den Fokus Produkt mit dem Fokus Kundenerlebnis anzureichern?

Es gibt kein Rezept. Sicher ist, dass der Kunde schnell entscheidet, ob er bleibt oder weiterzieht. Sicher ist, dass er bewertet und seine Bewertung der Öffentlichkeit mitteilt. Positive Servicemomente sind für den Unternehmenserfolg unerlässlich. Deshalb muss sich jeder Unternehmer mit dem Erlebnisthema auseinandersetzen. Er muss herausfinden, welche Art «Mehr» seine Kunden wünschen und ob und wie er das bieten kann. Und schliesslich muss der Chef bei der Umsetzung vorangehen.

Vielen Dank, Manuel Grenacher, für das inspirierende Gespräch!

WEITERE INFORMATIONEN

KMU-Portal der Schweizerischen Eidgenossenschaft:

Erfolgsfaktor Servicequalität



www.kmu-21.ch/kmuportal



Interview mit Manuel Grenacher

www.kmu-21.ch/interview



Handelszeitung: SAP übernimmt Coresystems

www.kmu-21.ch/handelszeitung



SAP Service Cloud

www.kmu-21.ch/servicecloud



Kunden glücklich machen – warum KMU im Vorteil sind

Kunden gewinnen und halten: Wie gelingt das in gesättigten Märkten bei austauschbaren Angeboten? Entscheidend ist das Kundenerlebnis, weiss Glenn Oberholzer, Partner bei Stimmt AG. Seit 2013 befragt die Customer-Experience-Agentur Konsumentinnen und Konsumenten zum Kundenerlebnis in Schweizer Unternehmen.

INTERVIEW: **BETTINA OBERHÄNSLI**, KMU21



Bild: Stimmt Impuls-Workshop

**«Der grösste Fehler ist,
zu früh aufzugeben.»**



Glenn Oberholzer

Experte für kundenorientierte Innovationsansätze, Stimmt AG

Und wie findet man das heraus? Als KMU kann ich mir keine teure Marktforschung leisten.

Es ist wie in einer Beziehung. Wenn man einen Menschen kennenlernen will, muss man zuhören. Das braucht kein Geld, sondern Zeit und Interesse – und Überwindung. Viele haben Angst vor ihren Kunden und deren Kritik. Deshalb ist entscheidend, WER zuhört. Zuhören und annehmen können nicht alle. Jemandem, der nicht im Alltagsgeschäft mit dem Kunden involviert ist, fällt das leichter. Das kann beispielsweise der CEO sein. Kunden schätzen es übrigens sehr, wenn man sich ehrlich für ihre Meinung und Bedürfnisse interessiert.

Angenommen, der CEO hat dem Kunden zugehört und weiss nun, wo der Schuh drückt: Es ist doch unrealistisch, es allen recht zu machen.

Ausserdem wäre das viel zu teuer. Ein Unternehmer muss sich fragen: Erfüllt mein Angebot das Bedürfnis der definierten Zielgruppe? Und wenn ja, tut es dies auf zielführende, einfache und angenehme Weise? Firmen, die sich auf einzelne Kundengruppen und Angebote beschränken, bieten in der Regel ein besseres Kundenerlebnis.

Auf der Customer Journey des Kunden nimmt eine Firma nur ein kleines Stück des Weges ein. In diese relevanten Berührungspunkte sollte man investieren und den Kunden im entscheidenden Moment überzeugen.

Glenn Oberholzer, wie schafft ein Unternehmen ein gutes Kundenerlebnis?

Indem es die Bedürfnisse des Kunden auf einfache und angenehme Weise erfüllt und ihm gleichzeitig mehr bietet, als er erwartet.

Das klingt sehr einfach. Was erwarten die Kunden denn?

Genau das gilt es herauszufinden. Wer die Customer Experience verbessern will, muss die Bedürfnisse, Ziele und Erwartungen seiner Kunden kennen. Dieses Rezept gilt für Grosskonzerne genauso wie für Einmann- oder Einraumbetriebe.



Relevante Berührungspunkte – können Sie ein Beispiel nennen?

Besonders sensibel sind Kunden am Anfang einer Beziehung oder dann, wenn sie ein Unternehmen wegen Problemen kontaktieren. In diesen Momenten können Unternehmen besonders viel Vertrauen aufbauen oder zerstören.

Im «Customer Experience Monitor 2018» haben Sie 6000 Personen zu mehr als 60 Unternehmen befragt. Kein einziges bietet ein hervorragendes Kundenerlebnis. Warum?

Die Studie hatte den Fokus B2C. Unsere Messungen zeigen, dass im B2B-Umfeld das Kundenerlebnis in der Regel besser ist. Hier haben es Unternehmen einfacher, Beziehungen aufzubauen und dauerhaft ein gutes Kundenerlebnis zu bieten. Dieses hat dadurch auch einen grösseren Einfluss auf den Erfolg. Ein zweiter Punkt ist wichtig: Kundenorientierung ist eine Einstellung, kein Projekt. Das heisst: Das ganze Unternehmen muss mitmachen.

Das ist ein enormer Aufwand. Kann ein KMU da mithalten?

KMU sind eindeutig im Vorteil. Zuhören, die richtigen Schlüsse ziehen, wirklich etwas verändern – das gelingt KMU schneller und besser als Grossunternehmen. Die Entscheidungswege sind kürzer, man ist agiler. Gerade im B2B-Bereich ist die Anzahl der Kunden überschaubar, man tauscht sich regelmässig aus.

Für Ihre Studie haben Sie vor allem Dienstleistungsunternehmen befragt. Gelten die Resultate auch für produzierende Betriebe?

Customer Experience ist für produzierende Betriebe je länger je wichtiger. Regulierungen und auch die Globalisierung führen dazu, dass das Produkt immer seltener der differenzierende Faktor ist. Das gleiche Teil wird vielleicht auch in China hergestellt, wahrscheinlich billiger. Die Differenzierung geschieht dann vermehrt über die Marke und eben über Kundenerlebnisse. So entstehen belastbare und wertvolle Kundenbeziehungen.

Heisst das, dass das Kundenerlebnis umso wichtiger wird, je austauschbarer das Produkt ist?

Ja, genau. Nehmen Sie zum Beispiel Versicherungen: In den letzten drei Studien haben die Mobiliar und die Swica jedes Mal besser abgeschlossen als die Mitbewerber mit fast identischen Produkten. Beides sind Firmen, bei denen die Kundennähe und das Kundenerlebnis kulturell tief verankert sind.

Sie forschen seit vielen Jahren zur Customer Experience. Haben sich die Ansprüche der Konsumenten im Laufe der Jahre verändert?

Ich denke ja, grundsätzlich sind die Ansprüche grösser geworden. Kunden sind sich mittlerweile ein hohes Niveau gewohnt, gerade weil eben viele in diesen Bereich investiert haben. Hohe Erwartungen werden auch durch Versprechen geformt. Ob der Kunde bekommt, was zum Beispiel in der Werbung versprochen wird, hat einen sehr grossen Einfluss auf die Kundenzufriedenheit.

«Digitale Interaktionen spielen bei der Bewertung des Kundenerlebnisses eine grosse Rolle.»

Glenn Oberholzer

Experte für kundenorientierte Innovationsansätze, Stimmt AG

«Segmentieren Sie Ihre Zielgruppen nach deren Bedürfnissen und Zielen, nicht nach Soziodemografie.»



Welche Rolle spielt die Soziodemografie wie Alter, Wohnort, Bildung, Einkommen?

Das spielt oft eine untergeordnete Rolle, gerade im B2B. Entscheidend sind die Bedürfnisse, die Ziele und wie gesagt die Erwartungen der Kunden. Diese Tatsache erfordert ein Umdenken bei der Festlegung der Zielgruppe.

Wie kann die Digitalisierung zur Verbesserung der Customer Experience beitragen?

Die Welt der Kunden ist heute in vielen Gebieten digital, insbesondere die alltäglichen Interaktionen. Dies gilt im B2C wie im B2B. Die Digitalisierung kann helfen, Interaktionen einfacher zu gestalten.

Ihr persönlicher Rat an Schweizer KMU?

Wichtig ist es, sich nicht auf diesen Lorbeeren auszuruhen, sondern sich konstant zu fragen: Decke ich die Bedürfnisse meiner Kunden auf der Produkt-, Service- und Beziehungsebene ab? ■

EXPERTEN FÜR KUNDENFOKUS

STIMMT AG

Erfolg durch Kundenfokus: Customer Experience Management, Design Thinking, User-Centered Design

Beratung von KMU und Grossunternehmen



Glenn Oberholzer

Elektroingenieur (ETH) und Experte für kundenorientierte Innovationsansätze

glenn.oberholzer@stimmt.ch

+41 76 585 75 39

www.stimmt.ch

MATERIAL



Customer Experience Monitor 2018

www.kmu-21.ch/CXmonitor

VIDEOS



Customer Experience Monitor 2018

www.kmu-21.ch/videoCXmonitor



Erfolgsfaktoren

www.kmu-21.ch/videoErfolgsfaktoren



Wir leben in der Erlebniswirtschaft

Kombiniert man Erfahrungsdaten mit operativen Daten zu Kunden- und Mitarbeiterzufriedenheit sowie Produkt- und Markenerlebnis, steigert man die Experience und differenziert sich somit am Markt.

ÜBER DEN AUTOR



Marcel Brun ist Business Development Manager für den Bereich SAP Customer Experience. Kontaktieren Sie ihn für weitere Informationen oder eine kostenlose Demo.



058 871 65 58



marcel.brun@sap.com
linkedin.com/in/marcelbrun



Ein aussagekräftiger Check am Puls der Zielgruppe

Qualtrics, eine Technologie im Bereich «Experience Management» (XM), bietet einerseits ein digitales Umfragewerkzeug für Unternehmen, andererseits ist dieses Produkt eine Datenplattform, die neuronale Netzwerke, künstliche Intelligenz und maschinelles Lernen nutzt.

Jedes Unternehmen sammelt operative Daten (O-Daten) aus Kundenbindungs-, Unternehmens- oder Personalmanagement-Systemen. Werden auch Erfahrungsdaten (X-Daten) erhoben, erhält man Auskunft über die Befindlichkeit von Kunden und Mitarbeitenden in Bezug auf die Unternehmens- oder Produktmarke. Die Kombination von X- mit O-Daten ermöglicht, Kunden, Mitarbeitende, Produkt und Marke zu «vermessen» und die Interaktion zwischen diesen zu optimieren. Das gibt Unternehmen die Möglichkeit, sehr individuell auf Kunden, Mitarbeitende, Lieferanten und Partner einzugehen.

«Wenn Sie Kunden in der realen Welt unglücklich machen, erzählen diese es sechs Freunden. Machen Sie Kunden im Internet unglücklich, erfahren es 6000 Freunde.»

Jeff Bezos
CEO Amazon

Für herausragenden Geschäftserfolg: Qualtrics - eine End-to-End-XM-Plattform

Durch die Verbindung von Betriebs- und Erlebnisdaten können Unternehmen:

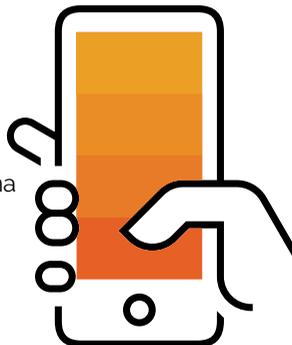
- X-Daten für jeden wichtigen Berührungspunkt mit Kunden, Mitarbeitenden oder anderen Zielgruppen in einem einzigen, unternehmensweiten System zusammenführen. Dies macht es einfach, präzise auf Kunden einzugehen.
- X-Daten mit den Vorgängen und Prozessen ihres Unternehmens verknüpfen. Sie verstehen dadurch, warum Dinge passieren, erkennen versteckte Trends, leiten Korrekturen ein oder treiben erfolgreiche Aktionen voran.
- Aktionen initiieren, damit Kunden länger bleiben, mehr kaufen und ihre Erfahrungen mit Freunden teilen und damit Mitarbeitende mehr leisten, positiv gestimmt sind und sich für ihre Marke einsetzen.

Wettbewerb

Jetzt den **QR-Code scannen** und drei Fragen beantworten. Alle Teilnehmer erhalten als Dankeschön einen SAP Dry Bag. Zudem **verlosen wir 2x2 VIP-Tickets** für die SAP Arena in Mannheim.



www.kmu-21.ch/qualtrics



Von der Marktforschung bis zum Loyalty Management

Die Qualtrics XM-Lösung umfasst die Teilbereiche Customer Experience, Employee Experience, Product Experience und Brand Experience:



CUSTOMER EXPERIENCE

zur Verbesserung der Kundenerfahrung. Alle Aspekte der Customer Journey werden am Kundenbedürfnis ausgerichtet, das Feedback der Kunden konsequent in jede Entscheidung miteinbezogen.



EMPLOYEE EXPERIENCE

erhöht die Mitarbeiterzufriedenheit. Ziel ist es, das Engagement der Mitarbeitenden im Unternehmen zu verbessern, der Personalfluktuation entgegenzuwirken und den Teamgeist zu stärken.



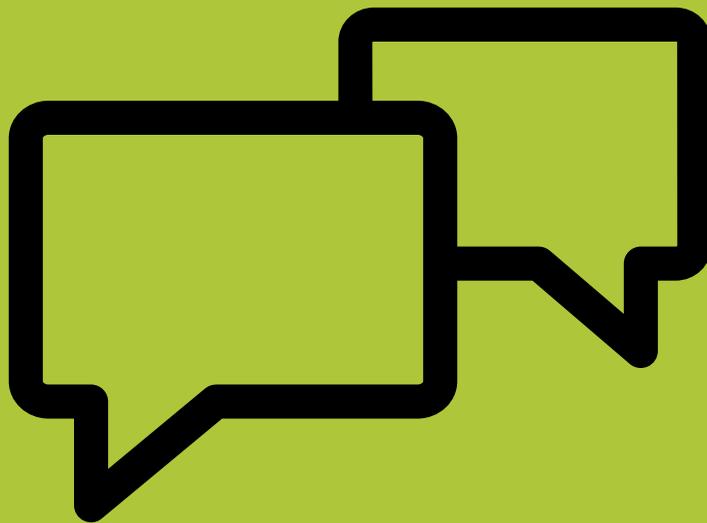
PRODUCT EXPERIENCE

unterstützt Unternehmen dabei, das Potenzial der Produkte zu erhöhen. Das Tool misst das Benutzererlebnis und erstellt Prognosen zur Produktnutzung und zur Marktakzeptanz.



BRAND EXPERIENCE

umfasst das Markenbewusstsein, den Markenwert und die Markenwahrnehmung. Durch die qualitative Bewertung dieser Aspekte lässt sich der Markenauftritt zielgenauer steuern.



2

KMU heute

- 20 **Lieferantenpartnerschaften aufbauen, Beschaffungspreise reduzieren** – mit Swisscom und Ariba.
- 22 Prognosemodelle von s-peers – für **agile interne Forecast-Prozesse**.
- 24 **Customer Experience meets Employee Experience** – dank Lösungen von smahrt consulting.
- 26 **Welche Cloud ist die Richtige?** Die Matrix von processpartner hilft bei der Entscheidung.
- 28 **Business Analytics** von plus-IT: **So steuert Sanitas Troesch** Ausstellungen, Sanitärshops und Logistikzentren.
- 30 **Stedy Gwürz nutzt IoT** von oneresource zur Bewirtschaftung der Shop-in-Shop-Regale.
- 32 NeoDeltas **Software kümmert sich bei Feuerring um die Administration**. So bleibt Zeit für Kunst.
- 34 **Automatisierte Systemüberwachung** – die Sensoren von itesys **sparen Zeit und Geld**.
- 36 **Machine Learning**: Mit itelligence stemmen Sie **in 60 Tagen** Ihr erstes Projekt.
- 38 **SAP Systeme halten eine kleine Ewigkeit**. inflow zeigt, wo's lang geht.
- 40 Mit Lösungen von DATA UNIT: **1A-Dienstleistungen der Chemie Brunschwig**.
- 42 **SAP selbst betreiben oder auslagern?** Avectris hilft bei der Entscheidungsfindung.
- 44 **100-Prozent-Umzug in die Cloud** – mit AGILITA geht das in nur 5 Wochen.



Von vernetzter Beschaffung profitieren auch KMU

Die Digitalisierung soll Unternehmen erfolgreicher machen. Auch vom Einkauf wird verlangt, dass er seinen Beitrag leistet – unter anderem durch den Aufbau von Lieferantenpartnerschaften bei gleichzeitiger Reduktion der Beschaffungskosten.

AUTOR: **REMO EGGIMANN, MANAGEMENT CONSULTANT BEI SWISSCOM**

Die meisten Einkaufsleiter, unabhängig von der Grösse des Unternehmens, sehen sich vor ähnliche Herausforderungen gestellt. Die Verschiebung vom reinen Lagereinkauf zum professionellen digitalen Einkauf erfordert Ressourcen, die nur für wenige Unternehmen finanzierbar sind. Die Digitalisierung als Problemlöser rückt ins Zentrum. Gefragt sind rasche und einfache Lösungen, auf denen sich aufbauen lässt.

Effizienter durch Kollaboration

Im Bereich der digitalen Kollaboration spielen Netzwerke wie SAP Ariba eine wesentliche Rolle. Sie ermöglichen es, Systemgrenzen zu überwinden und die Cloud als gemeinsamen Arbeitsraum mit den Lieferanten zu nutzen. Bestellungen werden direkt in der Online-Plattform abgesetzt, durchlaufen den Freigabeworkflow und werden anschliessend mit Bestätigungen, Liefermeldungen und Rechnungen durch den Lieferanten angereichert. Ist die Bestellung getätigt, braucht es für die Folgeprozesse keine erneute Eingabe von Daten. Das ist effizient.

Alle Auftragsbetätigungen, Liefermeldungen und Rechnungen werden automatisch verarbeitet, sofern keine Abweichung zur Offerte vorliegt. Der Bearbeitungsaufwand für den Einkauf und die Buchhaltung reduziert sich somit auf ein Minimum.

Auftretende Abweichungen können mit Toleranzregeln abgefangen werden. Mit anderen Worten: Der Lieferant kann ausschliesslich das verrechnen, was zugelassen ist.

Akzeptanz durch einfachen Zugang

Im privaten Umfeld sind wir längst digital unterwegs. Betrachten wir eine klassische Bestelltransaktion in einem ERP-System, stellt sich die berechtigte Frage: Weshalb ist das so kompliziert? Es ist wichtig, den Mitarbeitenden einen einfachen und zentralen Einstieg in den Bestellprozess zu gewähren – ähnlich wie im privaten Umfeld.

E-Procurement-Lösungen ermöglichen unter anderem die Einrichtung und den Einsatz von vorkonfigurierten Webshops mit handyfähigen, zentralen Einstiegspunkten. Diese beinhalten übersichtliche Formulare oder eine Erfassungsoberfläche mit Bestellkatalogen von Lieferanten oder internen Stellen.

Der direkte Zugang und die einfache Erfassung von Bestellungen sind der Schlüssel zu mehr Transparenz im Einkauf. Durch die grössere Anzahl Bestellungen stehen dem Einkauf auch mehr Daten zur Auswertung zur Verfügung.

Diese 360-Grad-Sicht auf die Ausgaben ist wiederum die Basis für ein erfolgreiches Lieferantenmanagement, da sichtbar wird, in welchen Warengruppen wie viele Lieferanten mit welchen Umsätzen gelistet sind.

Mit kleinen Schritten zum Ziel

Es ist nicht entscheidend, wie gross der erste Schritt ist, sondern dass Sie ihn machen. Um rasch zu starten, lohnt es sich, mit externer Unterstützung eine Roadmap aufzubauen. So evaluieren Sie die Chancen der Digitalisierung im Einkauf und packen das Thema an, ohne ein grosses IT-Projekt zu starten.

Gemeinsam mit Swisscom können auch mittelgrosse Unternehmen den wichtigen Schritt in die vernetzte Zukunft wagen, neue Formen der Zusammenarbeit etablieren und das ganze Potenzial des Einkaufs nutzen.

EXPERTENKONTAKT

SWISSCOM (SCHWEIZ) AG

SAP Full Service Provider mit rund 400 Spezialisten



Remo Eggimann

Management Consultant Swisscom

remo.eggimann@swisscom.com

www.swisscom.ch/ariba

WEBINAR

Erfahren Sie mehr und melden Sie sich zum kostenlosen Webinar «Digitale Transformation des Einkaufs» an:



www.kmu-21.ch/webinarswisscom

REMO EGGIMANN

Management Consultant
Swisscom



Remo Eggimann berät Unternehmen bei der digitalen Transformation des Einkaufs. Er verfügt über langjährige Erfahrung in der Materialwirtschaft und als Einkaufsleiter in Industrie und Instandhaltung.



remo.eggimann@swisscom.com



Angebot und Referenzen

www.kmu-21.ch/swisscom



Vorhersageprozesse sind aufwändig. Und weil Veränderungen im geschäftlichen Umfeld immer häufiger und unerwarteter auftreten, hinterfragen Kunden zunehmend ihre internen Forecast-Abläufe. Um agil zu planen, braucht es schlanke und schnelle Abläufe – und digitale Helfer.

Prognose – das Aschenputtel der Unternehmenssteuerung?

Was bringen Analyse- und Vorhersagemodelle?

Meist sind Planungsprozesse sehr aufwändig und können auch politisch motiviert sein. In der Praxis wird der Vorhersageprozess zudem oft nur nebenbei bearbeitet. Weil externe Einflüsse heute schneller, häufiger und unerwarteter auf Unternehmensstrukturen einwirken, müssen Planungen aber öfter aktualisiert werden. Dazu braucht es schlanke und schnelle Abläufe – also Prognosemodelle.

s-peers hat für das Accounting und Controlling solche Modelle entwickelt. Die prädiktive Unterstützung eignet sich hervorragend für den Finanzbereich, weil es hier Standardsysteme und -prozesse gibt, die eine sehr gute Datenqualität liefern. Aufgrund von Vergangenheitsdaten erkennen prädiktive Systeme Datenmuster und leiten daraus Vorhersagen ab – mit sehr hoher Genauigkeit. Das System bewirkt, dass Vorhersagen schneller, effizienter und somit auch häufiger erstellt werden. So kann das Management proaktiver arbeiten bzw. wenn nötig schnell und gezielt eingreifen.

s-peers Modelle haben eine Vorhersagegenauigkeit von 95 bis 99 Prozent

s-peers nutzt State-of-the-Art-Algorithmen zur Modellerstellung. Ein Analyse- und Vorhersagemodell wird aufgrund sogenannter Trainingsdaten erstellt – z. B. des Umsatzes von 2011–2017. Das Modell wird dann mit Validierungsdaten überprüft – etwa mit dem Umsatz von 2018. Der am besten abschneidende Algorithmus wird anschliessend mit unabhängigen Evaluierungsdaten getestet.

Methodik kombiniert mit Bauchgefühl

Die Automatisierung objektiviert die Forecast-Prozesse. IT-gestützte Voraussagen lassen sich aber wunderbar mit individuell erstellten Planungen kombinieren. Menschliche Erfahrungswerte und Impulse, kombiniert mit errechneten Modellen, ergeben ein realistisches Bild und somit eine gute Basis für Entscheidungen.

Es gibt einen grossen Wunsch nach prädiktiven Projekten. Doch automatisierte Vorhersagen sind immer nur so gut wie die zugrunde liegenden Informationen. Daher sollten Sie mit einem Bereich starten, der bereits über eine sehr gute Datenbasis verfügt.

Wir empfehlen, mit dem Bereich Rechnungswesen zu beginnen, um erste Mehrwerte zu etablieren. Hier gibt es erprobte Standardsysteme, die grösstenteils auf einer einheitlichen Basis aufsetzen.



VORTEILE

Die Vorteile automatisierter Prognoseprozesse für das Unternehmen

- Es bleibt mehr Kapazität für werthaltige Tätigkeiten.
- Die Ergebnisse werden präziser, die Transparenz grösser.
- Zusammenhänge und funktionsübergreifende Abhängigkeiten werden deutlich.
- Die Reaktionsfähigkeit erhöht sich markant.
- Forecasts werden objektiviert und spiegeln ein faktenbasiertes Bild.
- Die Leistungsfähigkeit der Algorithmen ist durch Simulation prüfbar.
- Die Algorithmen von s-peers sind wiederverwendbar und mehrfach nutzbar.
- Es gibt eine grosse Auswahl an Auswertungsmöglichkeiten in gesicherter Qualität.



EINSATZ

Der prädiktive Ansatz verbessert und beschleunigt Entscheidungen auf Basis von quantitativen, differenzierteren Erkenntnissen: Durch die ganzheitliche Sicht auf Ursache-Wirkungsketten können auch Zusammenhänge und funktionsübergreifende Abhängigkeiten von verschiedensten Unternehmensbereichen deutlich besser berücksichtigt werden.

Weitere Einsatzgebiete für automatisierte Prognosemodelle sind beispielsweise:

- Verbesserung des Warenbestands im Einzelhandel
- Präzisere Disposition in der Produktion
- Personalplanung
- Optimierung von Lieferzeiten
- Preis- und Konditionenpolitik
- Sortimentsentscheidungen

Fazit

Die Anwendung wissenschaftlicher, statistischer Modelle im Forecasting ist anerkannt und bewährt – und die Unternehmenssteuerung mithilfe von Predictive Controlling und Accounting birgt enormes Potenzial. Erfolgsfaktoren für eine erfolgreiche Umsetzung sind die Qualität bzw. Wertigkeit der Daten, der richtige Einsatz der Algorithmen sowie deren stetige Validierung. Holen Sie das Aschenputtel hinter dem Herd hervor und testen Sie, was es zu leisten vermag. ■

AUSKÜNFTE ZUM PROJEKT

s-peers AG

Die SAP Analytics-Manufaktur mit 31 SAP Analytics-Spezialisten



Nikola Neig

nikola.neig@s-peers.com

071 667 00 67

www.s-peers.com

ANGEBOT UND REFERENZEN



www.kmu-21.ch/s-peers

WEITERE INFORMATIONEN



Trainings-, Validierungs- und Testdaten

www.kmu-21.ch/testdaten



Unterschiedliche Forecasting-Modelle

www.kmu-21.ch/forecasting

Customer Experience meets Employee Experience

Customer Experience. Customer Journey. Customer Centricity... Zahlreiche Modewörter aus dem Customer Relationship Management (CRM) wabern durch die Marketingabteilungen der Unternehmen. Dabei geht es eigentlich immer nur um eines: den Kunden in den Mittelpunkt zu stellen und Leistungen konsequent am Kundenbedürfnis auszurichten. Was aber hat das mit HR zu tun?

Es liegt auf der Hand, dass Mitarbeiter notwendig sind, um Kunden ein einzigartiges Kundenerlebnis zu vermitteln. Und natürlich hat HR eine tragende Rolle, wenn es darum geht, Mitarbeiter in passionierte Markenbotschafter zu verwandeln, die wiederum dieses fantastische Kundenerlebnis möglich machen.

Dies ist nur ein Aspekt, warum HR interessiert auf die CRM-Liga schaut. Wechselt man die Perspektive und sieht HR als Dienstleister, gilt es, die Bedürfnisse und Erwartungen der Kunden – sprich der Mitarbeiter – in den Mittelpunkt zu stellen. So wie Customer Experience ein Schlüssel zur Kundenbindung ist, ist Employee Experience essenziell für die nachhaltige Mitarbeiterbindung.

Was heisst Employee Experience? Vom Erstkontakt mit dem Unternehmen, während der Bewerbung bis hin zum Austritt und auch darüber hinaus erlebt der Mitarbeiter den Arbeitgeber Tag für Tag in unzähligen Kontaktpunkten. Die Gesamtheit dieser Kontakte bildet das Mitarbeitererlebnis.

Wie kann man als Unternehmen - mit Blick auf die Welt der elektronischen Hilfsmittel - für eine einzigartige Employee Experience sorgen?

Variante eins: Tabula Rasa

Das Unternehmen ersetzt sämtliche in die Jahre gekommenen Werkzeuge durch modernste Technologie. In der Regel funktioniert das aus drei Gründen nicht. Zum einen ist es viel zu teuer. Zum anderen entsteht oft ein Wirrwarr von Hilfsmitteln, die zwar topmodern sind, aber keine konsistente Benutzerführung bieten. Drittens wird oft das dringend notwendige Process Redesign vernachlässigt. Eine neue App, mit der die Spesen schick und schnell eingereicht werden können, ist zwar toll; wenn der Prozess aber nach wie vor vier Genehmigungsschritte erfordert und kilometerlange Richtlinien zu beachten sind, ist wenig gewonnen.

Variante zwei: Verschleierung

Dieser Weg strebt ein inspirierendes Arbeitserlebnis durch die Investition in vorgelagerte Werkzeuge an. Akzeptierend, dass nicht alle Hilfsmittel binnen weniger Monate erneuerbar sind, kann ein übergreifendes Webportal oder ein vorgelagerter Chat-Bot dem Mitarbeiter zu einer besseren Experience verhelfen. Man stellt ihm also einfachere Werkzeuge zur Verfügung, um seinen Teil der Prozesse zu erledigen; beispielsweise die Meldung von Mutationen oder das Einreichen von Spesen.



Angebot und Referenzen
www.kmu-21.ch/smahrt

Die nachgelagerte Verarbeitung durch HR kann immer noch manuell oder mit einem älteren System erfolgen. Auch Werkzeuge, die sich in die bestehenden Lösungen integrieren und den Benutzern kontextsensitive Hilfe anbieten, sind im Trend.

Variante drei: Transition und Evolution

Der Königsweg zur First Class Employee Experience ist die kulturelle und technologische Evolution, welche die Mitarbeiter effektiv in den Mittelpunkt stellt. Mittels Design-Thinking-Methoden wird herauskristallisiert, wie die Employee Journey am besten unterstützt werden kann und welche Interaktion zwischen Mitarbeitern, HR und Linie gewünscht, benötigt und verlangt wird.

Neue Technologie wird gezielt ins Unternehmen gebracht – insbesondere da, wo ein konkreter Leidensdruck feststellbar ist oder wo es sich um einen Quick-Win mit Signalwirkung handelt. Ganz besonders bietet sich die Einführung eines digitalen HR-Dokumentenmanagements an. Dieses macht Papierakten obsolet und ermöglicht es Mitarbeitern, Dokumente elektronisch zu validieren oder Zertifikate selbst ins Dossier zu laden.

Konklusion

Employee Experience ist eine grundsätzliche Denkweise. Soll nachhaltiger Erfolg erzielt werden, muss HR sich diese ganzheitlich zu eigen machen. Technologie kann dabei unterstützen. Damit ihre Wirkung nicht verpufft, muss sich aber auch die Unternehmenskultur verändern. ■

«Mithilfe des SAP Fiori-Portals konnten wir die Employee Experience unserer Mitarbeiter personalisieren, vereinfachen und optimieren. Sie haben nun schnellen und direkten Zugang zu allen für sie relevanten Informationen und Anwendungen.»

Michele Falzarano

Head of HR/FICO/ICT Applications bei Magazine zum Globus AG



«Mit dem digitalen Personaldossier von aconso konnten wir unsere administrativen Aufgaben vereinfachen und haben nun alle wichtigen Dokumente der Mitarbeiter überall und jederzeit verfügbar.»

Kai Berger

Head of Human Resources Schweiz, Siemens Schweiz



CLAUDIA BROGHAMMER

Business Development Managerin bei smahrt consulting AG. smahrt ist spezialisiert auf das gesamte Spektrum von HR-Softwarelösungen.

 claudia.broghammer@smahrt.ch

www.smahrt.ch

Ab in die Cloud? Und wenn ja: in welche?

Public Cloud, Private Cloud, Hybrid Cloud, Multi Tenant und Single Tenant – dies sind nur einige Begriffe, die in der Cloud-Welt herumschwirren.

Der Fachjargon macht es für den Kunden zunehmend schwieriger, sich für ein passendes Betriebsmodell zu entscheiden.

Privat sind Dropbox, Google Drive, iCloud und andere Cloud-Dienste nicht mehr wegzudenken.

Auch im Bereich der Unternehmenssoftware spielen Cloud-Lösungen mittlerweile eine wichtige Rolle – auch bei KMU. Die Vorteile liegen auf der Hand:

- + Reduktion von internen Infrastrukturkosten
- + Kostenreduktion für eigenes IT-Personal
- + Kostenreduktion für Backups, Updates und Wartungsarbeiten
- + Exakte Planung der zukünftigen Kosten

Software as a Service (SaaS)

Bei SaaS mietet der Benutzer die Software im Abonnement. Er kann diese bedarfsabhängig und flexibel im gewünschten Umfang über das Internet oder eine mobile App beziehen und einsetzen.

Der Hersteller kümmert sich um Verfügbarkeit, Updates, Sicherheit etc. und garantiert so den zuverlässigen Betrieb der Lösung.

Flexibel, kalkulierbar, sicher und auf dem neusten Stand der Technik

Ein weiterer Vorteil ist die exakte Kalkulierbarkeit. Die Lizenzierung im Cloud-Betriebsmodell erfolgt über eine periodische Mietgebühr. Diese umfasst sämtliche Kosten für die Hardware, den Betrieb und alle Nebenkosten wie Strom, Kühlung und Sicherheit. Betreibt man die Infrastruktur im eigenen Haus, beschafft man durchschnittlich alle fünf Jahre neue Hardware, wobei zu den wiederholten Anschaffungskosten der Aufwand für Installation und Konfiguration dazukommt.

In der Praxis wird aufgrund von Planungsschwierigkeiten, für Notfälle oder wegen starrer Standardprodukte mehr in Hard- und Software investiert, als effektiv notwendig wäre. Mithilfe von Cloud-Computing kann man sich notwendige Ressourcen schnell und einfach beschaffen, womit obige Herausforderungen einfach zu meistern sind.

Kein eigenes SAP Basisfachwissen?

Lagern Sie aus!

Die Praxis hat uns gezeigt, dass die Mehrzahl unserer Kunden und Interessenten kein eigenes SAP Basis-Know-how hat beziehungsweise aufbauen möchte. Lösungen aus der Cloud ermöglichen es, die Systemverantwortung und das Lifecycle Management vollständig einem Spezialisten abzugeben. SAP bietet verschiedenste ERP Cloud-Lösungen an. Die modernste davon, S/4HANA Cloud, wird als Single Tenant wie auch als Multi Tenant Edition angeboten.

AUSKÜNFTE ZUR LÖSUNG

PROCESS PARTNER AG

Anbieter von SAP Lösungen für Schweizer
KMU – seit mehr als 20 Jahren

35 Mitarbeitende



Stefan Balsiger

Sales & Marketing Manager

stefan.balsiger@processpartner.ch

www.processpartner.ch

ANGEBOT UND REFERENZEN



www.kmu-21.ch/cloudblog



www.kmu-21.ch/processpartner

Single Tenant

Die Single Tenant Edition bietet das klassische S/4HANA ERP-System mit vollem Funktionsumfang sowie mit allen verfügbaren Branchenlösungen und Länderausprägungen an – ist also identisch zu S/4HANA ERP On-Premise. Zudem wählt der Kunde, welche System-Upgrades wann durchgeführt werden.

Multi Tenant

Bei der Multi Tenant Edition handelt es sich um eine echte SaaS-Variante: ein hochstandardisierter, mandantenfähiger Cloud Service mit maximaler Skalierbarkeit, maximaler Innovationsgeschwindigkeit und niedrigsten Gesamtkosten (TCO) – jedoch mit eingeschränktem Funktionsumfang.

Vergleichen Sie:

Anforderungen	Beschreibung	S/4HANA Cloud Multi Tenant	S/4HANA Cloud Single Tenant	S/4HANA On-Premise
Funktionsumfang	Voller Funktionsumfang der S/4HANA On-Premise Version		✓	✓
	Ausgewählte Geschäftsprozesse für bestimmte Branchen	✓		
System- implementierung	Greenfield-Ansatz: neue Implementierung	✓	✓	✓
	Brownfield-Ansatz: Übernahme der bestehenden Systemkonfiguration			✓
Branchenfokus	Alle Branchen ausser Medien		✓	✓
	Alle Branchen und Lines of Business			✓
	Professional Services, Komponentenfertigung, administratives ERP	✓		
Geografische Reichweite	Alle Länder, 38 Sprachen, aktuelle Version S/4HANA On-Premise		✓	✓
	19 Länder, 10 Sprachen	✓		
Prozesskonfiguration und Erweiterungsmöglichkeiten	Vollständige Prozesskonfiguration über IMG und umfassendes Erweiterungs-Framework		✓	✓
	Systemzugang via VPN und SAP GUI		✓	✓
	Geführte Prozesskonfiguration und SCP-Erweiterungen	✓		
Systemverantwortung & Lifecycle Management	Verantwortung obliegt vollständig dem Kunden oder dem Outsourcer			✓
	Klare Vorgabe und Verantwortung durch SAP: halbjährliche Upgrades, Kunde hat Wahlmöglichkeit, muss aber ein Upgrade pro Jahr durchführen		✓	
	Klare Vorgabe und Verantwortung durch SAP: quartalsweise Upgrades, keine Wahlmöglichkeit	✓		
Modifikationen	Änderungen am Quellcode sind erlaubt			✓
	Änderungen am Quellcode sind nicht erlaubt	✓	✓	
Standort für Sicherheit und Rechenzentrum	Data Center in Australien, Deutschland oder Nordamerika – Zugang über öffentliches Internet	✓		
	Rechenzentrum des Kunden oder des Outsourcers			✓
	Kunden können aus über 100 Datenzentren auswählen – Verbindung über MPLS oder VPN		✓	
IT-Infrastruktur	Multi Tenant / Shared Landscape	✓		
	Single Tenant / Private Landscape – dem Kunden zugewiesen		✓	
	Komplett eigene Infrastruktur			✓
Lizenzen und Gebühren	Kundenspezifische Systemlandschaft, Lizenzen werden vom Kunden gekauft, Infrastruktur im Eigenbetrieb oder via Abo (Mietgebühr)			✓
	Cloud Subscription (Mietgebühr) für Lizenzen, Wartung, Infrastruktur, Betrieb etc.	✓	✓	

Mehr Zeit zum Denken dank Business Analytics

Sanitas Troesch – marktführender Grosshändler für Bad und Küche – betreibt schweizweit 28 Ausstellungen, 30 Sanitärshops sowie sechs Logistikzentren und ist dezentral organisiert. Dank moderner Business Analytics hat die Führungsebene heute Zugriff auf tagesaktuelle Daten in beliebigem Detaillierungsgrad – automatisiert zusammengetragen und übersichtlich dargestellt.



Dynamisches Web-Reporting und Visualisierung nach IBCS®-Standard

Um die Digitalisierung des Unternehmens voranzutreiben, um den bestehenden, halbautomatisierten Reportingprozess zu modernisieren und um Management, Bereichs- und Geschäftsstellenleiter noch besser zu unterstützen, initiierte das Controlling das Projekt «Reporting 2020».

Ziel war die konsequente Automatisierung des Prozesses, um mehr Zeit für die Analyse zu gewinnen. Das aktuell statische PDF-Reporting sollte durch eine moderne Plattform abgelöst werden und visualisierte Darstellungen sollten das Wesentliche auf den Punkt bringen.

Die Verantwortlichen von Sanitas Troesch evaluierten verschiedene Business-Intelligence- und Visualisierungs-Werkzeuge. Das Rennen machten SAP BusinessObjects Business Intelligence und der Anbieter plus-IT. Im von plus-IT moderierten Workshop wurde pro Anwendergruppe der künftige geführte Analyseweg definiert – inklusive Detaillierungsgrad und Drill-down-Funktion. Es wurden die Templates des dynamischen Web-Reportings erarbeitet und die Visualisierung nach IBCS®-Standard festgelegt.

Geführter Analyseweg, mobile App und automatische Report Distribution

Per Januar 2018 erhielten in der ersten Phase rund 40 User der Management-Ebene Zugriff auf die neue Analyseplattform. Der Einstieg ins Portal erfolgt vom Desktop- oder Mobilgerät via übersichtliches Dashboard. Von dort können mittels Drill-down-Funktion tagesaktuelle KPI-Zahlen bis auf die unterste Stufe analysiert werden. Ein übersichtlicher One-Pager, vom System automatisch verteilt, informiert pro Bereich monatlich über die wichtigsten Kennzahlen. In der zweiten Phase bekamen die Aus- und Innendienstmitarbeitenden Zugriff auf SAP BusinessObjects; mittelfristig sollen auch das Category Management und die Logistik integriert werden.





Dashboard

mit 3 One-Pagern
statt 70 Einzelanalysen

250 Rollen

Jeder Mitarbeiter sieht
SEINE Top-KPIs, Manage-
ment bis Verkäufer

2 Tage

nach Monatsende:
automatischer Versand des
Management-Summary

Agil

1 Dashboard,
350 Analysepfade

Mehr Manpower für die Analyse - weil die Maschine die Daten zusammenträgt

Die Verantwortlichen von Sanitas Troesch würden ihr Business-Intelligence-Werkzeug nicht mehr hergeben: Das Controlling kann den Fokus ganz auf die Analyse und Interpretation der Zahlen statt auf das Datensammeln legen und das Management schätzt die attraktive, schnell erfassbare Darstellung, die bestens geeignet ist für alle Management-Meetings. ■

«Seit das Zusammentragen und Visualisieren der Daten automatisiert funktioniert, kann ich mich auf mein Kerngeschäft konzentrieren: auf die Analyse der Zahlen.»

Matthias Reusser

Leiter Controlling, Sanitas Troesch AG

AUSKÜNFTE ZUM PROJEKT

SANITAS TROESCH AG

860 Mitarbeitende



Matthias Reusser

Leiter Controlling

m.reusser@sanitastroesch.ch

www.sanitastroesch.ch

PLUS-IT AG

Führendes Unternehmen für ganzheitliche
KMU-Business-Intelligence-Lösungen



Beat Honegger

Geschäftsführer und Senior BI Consultant

beat.honegger@plus-it.ch

EINGESETZTE LÖSUNG

- SAP BO BI, Enterprise
- SAP Design Studio
- SAP Lumira Designer
- SAP BO Web Intelligence
- SAP BO Analysis Office
- IBCS®-Add-on (Graphomate)

ANGEBOT UND REFERENZEN



www.kmu-21.ch/plus-it

KOSTENLOSER BUSINESS INTELLIGENCE HEALTHCHECK



www.kmu-21.ch/BI



Dank IoT auf Augenhöhe mit den Grossen der Branche

Stedy Gwürz AG – ein familiengeführtes Kleinunternehmen mit zwölf Mitarbeitenden – nutzt künftig integrierte IoT-Prozesse, um seine schweizweiten Shop-in-Shop-Verkaufsregale mit optimalem Ressourceneinsatz zu unterhalten.

Der Hersteller des bekannten «Härdöpfelgwürz»

Die Stedy Gwürz AG aus Weinfelden stellt seit über 36 Jahren feine Gewürzmischungen und Marinaden her, überwiegend frisch und von Hand. Die Unternehmenslösung SAP ERP HANA Cloud ermöglicht einen hohen Digitalisierungs- und Automatisierungsgrad beim Bestell- und Versandprozess, inklusive Datenaustausch mit den Geschäftspartnern. So ist es Stedy möglich, den gesamten stationären Handel in der Schweiz – 4200 Standorte – sowie den weltweiten Onlinehandel zu beliefern. Um die Abverkäufe und Nachlieferungen innerhalb des neuen Geschäftsmodells mit Shop-in-Shop-Konzept zu managen, war weitere technologische Unterstützung unerlässlich.

Shop-in-Shop Business-Modell als grosse Herausforderung

Bei Shop-in-Shop-Konzepten stellen Warenhäuser einem Hersteller eine abgegrenzte Verkaufsfläche für ein Verkaufsregal zur Verfügung. Dieses muss vom Hersteller kontrolliert und gepflegt werden. Mindestbestände müssen eingehalten, deren Unterschreitung rechtzeitig erkannt und das Auffüllen schnell organisiert werden. All das ist mit grossem personellem Aufwand verbunden und ohne Automatisierung kaum möglich.



Erfolgreicher Prototyp oder «in der Kürze liegt die Würze»

oneresource hat für Stedy einen Prototyp entwickelt. Dieser Zusatz verbindet das Verkaufsregal mit dem Unternehmenssystem und ermöglicht die automatische Verbuchung aller Warenein- und -gänge. Die Bestände der einzelnen Produkte in allen Verkaufsregalen sind somit in Echtzeit bei Stedy in der SAP ERP HANA Cloud-Lösung ersichtlich. Aufgrund dieser Daten lassen sich ideale Lieferzeiten und Liefer Routen ermitteln und das Sortiment kann laufend optimiert werden. Saisonbedingte Veränderungen des Bedarfs – beispielsweise Grillgewürze in der Sommersaison – können innerhalb kürzester Zeit berücksichtigt werden. Das Verkaufsregal liefert zudem weitere Informationen über die Luftfeuchtigkeit und die Temperatur, die der Qualitätskontrolle dienen.

Der Weg zur «Intelligent Enterprise»

Digitale Geschäftsmodelle lassen sich heute mit bestehenden Technologien umsetzen und stehen deshalb auch KMU wie der Stedy AG offen. Für die Entwicklung des intelligenten Shop-in-Shop-Verkaufsregals nutzte oneresource Industriestandard-Sensoren, eine Multicloud-Umgebung mit der SAP Cloud Plattform, ein SAP S/4HANA Digital Core System und HTML5 Fiori-Technologien. Diese Technologien sind erprobt, wurden von oneresource aufeinander abgestimmt und zu einer durchgängigen Prozesslösung zusammengefügt. Der Prototyp hat alle Tests bestanden, nun geht's an die praktische Umsetzung an den Verkaufspunkten. ■

«Die Nutzung moderner Technologien ist entscheidend, um als Kleinunternehmen auf Augenhöhe mit den Grossen mitzuhalten. Unser Prototyp liefert überzeugende Ergebnisse – deshalb steht dem neuen, digitalisierten Geschäftsmodell nichts mehr im Weg und die Planung für den produktiven Einsatz kann voranschreiten. Die Digitalisierung ist die Chance, unseren Mitbewerbern einen Schritt voraus zu sein und weiter zu wachsen.»

Valentin Stettler
CEO von Stedy Gwürz AG

AUSKÜNFTE ZUM PROJEKT

STEDY GWÜRZ AG

Gewürzmanufaktur

12 Mitarbeitende



Valentin Stettler

CEO

valentin.stettler@stedy.ch

www.stedy.com

ONERESOURCE AG

Business und SAP Solution Consulting



Paolo Strever

CEO

paolo.strever@oneresource.com

www.oneresource.com

ANGEBOT UND REFERENZEN



www.kmu-21.ch/oneresource

REFERENZVIDEO



www.kmu-21.ch/stedy

Digitalisierung schafft Freiraum für Kunst



Der Feuerring ist weit mehr als ein schönes Grillgerät. Mit Freunden Geselligkeit und Kulinarik geniessen und daraus kreative Kraft schöpfen – das ist Andreas Reichlins Lebensphilosophie. Eine Unternehmenssoftware sollte ihn und seine sechs Mitarbeitenden im administrativen Bereich entlasten sowie die Produktions- und Verkaufsprozesse – vor allem für den Exportbereich – unterstützen.

Mit Kunst grillieren

Des Künstlers Lebenshaltung hat im Feuerring ihren beständigen Ausdruck gefunden. Zusammen mit Lebenspartnerin Beate Hoyer führt Andreas Reichlin die seit 2009 bestehende Feuerring GmbH in Immensee. Das Design von Feuerring schmeichelt dem Auge und dient dem Magen zu: eine form-schöne Schale, edel gerostet, verbunden mit einem massiven Ring. Nie wartet man auf die ideale Glut, sondern grilliert neben einem warmen prasselnden Feuer und genießt ohne ungesunden, verkohlten Beigeschmack.

Wegen Erfolg gesucht: digitale Unterstützung

Inzwischen hat Andreas Reichlin das ausgefeilte und patentierte Know-how der Herstellung der Feuerringe weitergegeben. Ziel ist, sich wieder mehr seiner Leidenschaft – der Bildhauerei – widmen zu können. Bislang erfreut sich der Feuerring aber so grosser Nachfrage, dass dies noch nicht gelungen ist. Die Lösung für das Dilemma: Einführung einer integrierten Unternehmenssoftware, die alle Geschäftsbereiche abbildet. Es war Zeit für SAP Business One.

NeoDelta 


FEUERRING®
DAS ORIGINAL



Diese integrierte Business-Lösung bildet sämtliche Verkaufsprozesse von A bis Z ab. Wurden vorher Verkauf und Produktion getrennt abgewickelt, ermöglicht SAP Business One nun einen einfachen, stringenten Ablauf. Mit einem einzigen System hat Unternehmer Andreas Reichlin heute alle Geschäftsbereiche und alle laufenden Prozesse im Blick.

Mit der mobilen App werden Unternehmensinformationen einfach von überall abgerufen und Daten eingepflegt. Beispielsweise kann das Team an Messen vor Ort Aufträge entgegennehmen und direkt im System erfassen. Das benutzerfreundliche Cockpit mit Dashboards, welche die Betriebskennzahlen in Echtzeit ausweisen, erspart das ehemals mühsame Zusammentragen aus verschiedenen Quellen.

Einfach und regional – auch der Software-Partner

Andreas Reichlin arbeitet gemäss seiner Philosophie und seiner Qualitätsansprüche mit regionalen Handwerksbetrieben zusammen. Selbst die Transportkisten werden in der sozialen Einrichtung BSZ in Seewen aus regionalem Holz hergestellt.

Mit NeoDelta AG hat Feuerring einen lokalen Partner gefunden, dem das regionale Handwerk und der Mittelstand in der Schweiz am Herzen liegen, der deren Bedürfnisse ernst nimmt und sich nachhaltig dafür einsetzt. Bereits beim ersten Kontakt hat es auf menschlicher Ebene zwischen Feuerring und NeoDelta gefunkt – das SAP Business One Fachwissen, gepaart mit langjähriger KMU-Erfahrung, führten das Projekt zum Erfolg.

Mit SAP Business One haben nun auch Beate Hoyer und ihr Team wieder mehr Zeit für ihre Passionen. Die Zusammenarbeit mit Feuerring hat den Beratern von NeoDelta Freude gemacht und NeoDelta hat – nicht zuletzt nach dem wunderbaren Probegrillieren in Immensee – nun eine Leidenschaft mehr. ■

Weitere Artikel und News auf kmu-21.ch

AUSKÜNFTE ZUM PROJEKT

FEUERRING GMBH



Andreas Reichlin & Beate Hoyer

info@feuerring.ch

www.feuerring.ch

NEODELTA AG

SAP Business One Partner



Adrian Lüthi

Geschäftsführer

info@neodelta.ch

www.neodelta.ch

EINGESETZTE LÖSUNG

SAP Business One

WEITERE INFORMATIONEN



Video

SAP B1 einfach erklärt

www.kmu-21.ch/videoB1



SAP B1

kostenlos testen

www.kmu-21.ch/B1testen



Überwachen Sie Ihre SAP Systeme automatisiert 7×24 statt manuell



- **Wie vermeide ich Performance-Engpässe?**
- **Wie sehe ich, ob Backups fehlgeschlagen sind?**
- **Wie kann ich meine SAP HANA Datenbank überwachen?**
- **Wie kann ich einzelne SAP Jobs überwachen?**

Die Antwort: mit automatisiertem SAP Monitoring samt vorkonfigurierten Sensoren von itesys für PRTG Network Monitor. Damit haben IT-Abteilungen jederzeit alle Systeme im Auge, entdecken Fehler früh und können sie schnell beheben. Das spart Zeit und Geld und macht Kapazität frei für strategische Aufgaben.

itesys

Die Antwort für SAP Basis

Meine
ESA+
Zusammen sind wir stark

Stillstände im Betrieb verhindern

Aufgabe der IT-Abteilung ist es, den stabilen Betrieb aller SAP Systeme und somit aller Geschäftsabläufe sicherzustellen. Fällt ein businesskritischer Prozess aus – beispielsweise eine Produktion –, kann das verheerende Folgen für ein Unternehmen haben. Deshalb kontrolliert die IT täglich, ob alles rund läuft. Oft geschieht dies manuell und erfordert deshalb sehr viel Zeit. Ausfälle werden häufig erst bemerkt, wenn ein User sie meldet. Auch fehlt der Überblick über alle Systeme, was die Fehlersuche langwierig machen kann. Mit den vorkonfigurierten Sensoren von itesys können KMU die Überwachung aller SAP Instanzen sowie deren Umsysteme und Datenbanken automatisieren und sich anbahnende Unterbrüche schon im Vorfeld erkennen. Das Resultat: reibungslos funktionierende Geschäftsprozesse und markante Einsparungen an Zeit und Geld.

Alles in einem Dashboard sehen und Störungen erkennen, bevor sie auftreten

Die Lösung im SAP Umfeld: SAP Sensoren von itesys, kombiniert mit dem bekannten und benutzerfreundlichen PRTG Network Monitor von Paessler. Die SAP Sensoren sind intelligent, vollgepackt mit SAP Basis-Logik und werden mit vordefinierten Schwellenwerten ausgeliefert. Deshalb erkennen sie kritische Unregelmässigkeiten lange vor dem eigentlichen Ausfall. Grundlagen dieser Funktionalität sind die profunde technische SAP Expertise und die langjährige Erfahrung – itesys blickt via RFC-Abfrage direkt ins Herz der SAP Systeme oder der Datenbanken!

Die Lizenzkosten für das 24/7 SAP Monitoring-Werkzeug sind attraktiv: Sie berechnen sich nach der Anzahl verwendeter Sensoren – und sind damit skalierbar und transparent. Hosting-Kunden der itesys profitieren vom SAP Monitoring as a Service. Dies ist Teil des Service Level Agreement inkl. Kundenzugriff auf das Monitoring.

Während der Servicezeit reagiert itesys direkt auf eingehende Meldungen des Monitoring und bearbeitet diese.

Die Lösung kann selbstständig oder mit Unterstützung von itesys installiert werden. Wer keine Zeit verlieren möchte, startet sofort mit der kostenlosen Demo-Vollversion, die 30 Tage gültig ist – und bezieht im Anschluss die Lizenz.

Systemverfügbarkeit erhöhen, IT-Aufwand reduzieren

Einmal installiert, übernimmt die Lösung die automatische Überwachung der gesamten IT-Landschaft rund um die Uhr – SAP Systeme, SAP HANA, Applikationen und Datenbanken, selbst an verschiedenen, weltweit verteilten Standorten. Ein Dashboard mit Ampelsystem zeigt übersichtlich auf, ob überall alles im grünen Bereich ist. Push-Meldungen informieren auch als mobile App über verdächtige Vorkommnisse. So werden Ausfälle verhindert, Fehlerquellen sofort erkannt und die Systemverfügbarkeit erhöht. ■

Die Einkaufsorganisation des Schweizerischen Auto- und Motorfahrzeuggewerbes schwört auf automatisiertes Monitoring. itesys SAP Sensoren messen Prüfwerte direkt an den ursächlichen Systembereichen und stellen die Ergebnisse aussagekräftig in PRTG dar.

«itesys kennt SAP in- und auswendig; dieses Know-how ist überall spürbar. Mit der Kombination itesys SAP Sensoren und PRTG haben wir in Echtzeit die Systeminformationen zur Verfügung, die wir benötigen – bis hinunter zu den Transaktionscodes. Die zahlreichen Batch-Prozesse unserer automatisierten Auftragsabwicklungs- und Kommissionierungs-Workflows haben wir voll unter Kontrolle und können bei Bedarf sofort intervenieren. Bei acht Filialen mit täglich je vier Auslieferungstouren, 120 Lieferwagen und 5000 Aufträgen ist das eine enorme Erleichterung.»

Heinz Rolli
Leiter IT-Entwicklung, ESA

AUSKÜNFTE ZUM PROJEKT

ESA

Einkaufsorganisation des Schweizerischen Auto- und Motorfahrzeuggewerbes



Heinz Rolli

Leiter IT-Entwicklung

www.esa.ch

ITESYS AG

Der Dienstleister für alle Facetten moderner SAP Landschaften



Tanja Schöller

Head of Marketing & Business Development Manager

tanja.schoeller@itesys.ch

www.itesys.ch

ANGEBOT UND REFERENZEN



www.kmu-21.ch/itesys

WEITERE INFORMATIONEN



Unverbindliche Online-Demo anfordern

www.kmu-21.ch/onlinedemo



Kostenlose 30-Tage-Testlizenz bestellen

www.kmu-21.ch/testlizenz



PDF Success Story Model AG

www.kmu-21.ch/model

Ihr erstes Machine-Learning-Projekt in nur 60 Tagen

Machine Learning (ML) ist Ihnen näher, als Sie denken: Die Spracherkennung Ihres Mobiltelefons, Ihr E-Mail-Spam-Filter, die Gesichtserkennung der Fotoverwaltung – das alles wird von Programmen gesteuert, die auf ML basieren. Durch den gezielten Einsatz dieser Technologie können Unternehmen jeder Grösse Kosten einsparen.

Darum geht es beim maschinellen Lernen

Machine Learning ist ein Teilbereich der künstlichen Intelligenz. Mithilfe des maschinellen Lernens erkennen IT-Systeme Muster und Gesetzmässigkeiten in vorhandenen und wachsenden Datenbeständen. Dabei muss ein Algorithmus auf Basis von Datenbeständen ausgeprägt werden. Dieser wird dann «trainiert», damit er arbeiten kann.

Während seiner Arbeit wird der Datenbestand aufgrund zusätzlich betrachteter Zustände stetig ausgebaut. Indem der Algorithmus diese neuen, zusätzlichen Daten in seine Berechnungen mit einfließen lässt, wird er parallel zum operativen Einsatz weiter trainiert – er «lernt» und kann die Grenzen seiner Arbeit Schritt für Schritt erweitern.



Mensch und Maschine: ein gutes Team

In einem ML-Szenario ergänzen sich Mensch und Maschine perfekt: Die Maschine liefert Erkenntnisse, die ein Mensch allein nicht gewinnen kann – aufgrund der Masse und der Vielzahl der Abhängigkeiten. Die Nutzung der Erkenntnisse wiederum erfordert erfahrene Mitarbeitende, die in der Lage sind, mit dem gewonnenen Wissen Prozesse zu verbessern oder neue Geschäftsmodelle zu entwickeln. Kurz gesagt: ML generiert künstliches Wissen aus Erfahrungen. Das ist die Basis für künstliche Intelligenz, die wiederum Selbstorganisation und autonome Prozesse ermöglicht. Damit eine Software und ihre Algorithmen eigenständig lernen und Lösungen finden können, müssen sie mit relevanten Daten versorgt werden. Zudem werden konkrete Zielgrössen benötigt für die Analyse des Datenbestands und das Erkennen der Muster – etwa die Anzahl manueller Arbeitsschritte, das Ausfallrisiko oder Markttrends.



Sind diese Voraussetzungen gegeben, können Systeme mit maschinellem Lernen beispielsweise folgende Arbeiten erledigen:

- relevante Daten finden, extrahieren und zusammenfassen
- Vorhersagen auf Basis der analysierten Daten treffen
- Wahrscheinlichkeiten für bestimmte Ereignisse berechnen
- sich eigenständig an Entwicklungen anpassen
- Prozesse auf Basis erkannter Muster automatisieren.

Projektbeispiel: dank ML Anlagen intelligent vernetzen

Xervon bietet technische Dienstleistungen zur Errichtung und Instandhaltung von Industrieanlagen und Bauprojekten an. itelligence begleitete das Unternehmen bei der Konzeption und Implementierung einer intelligenten Industrieanlage – basierend auf selbst lernenden Algorithmen. An Wasserkühltürmen erfassen IoT-Sensoren kontinuierlich Daten wie den Wasserdruck oder die Temperatur. Machine Learning analysiert diese Daten und optimiert die Betriebsstunden sowie das Anlaufen der Pumpen und reduziert so den Verschleiss. Erste Prognosen rechnen mit einem Optimierungspotenzial von sechs bis neun Prozent. ■

WEITERE AUSKÜNFTE

itelligence AG

Massgeschneiderte Lösungen, um Schweizer KMU mit Cloud, Internet of Things, Machine Learning, Künstliche Intelligenz und SAP Innovationen in die digitale Zukunft zu begleiten.



MARCO EMMENEGGER

SAP Expert Consultant / Projektleiter

marco.emmenegger@itelligence.ch

www.itelligence.ch

AUSKUNFT UND REFERENZEN



www.kmu-21.ch/itelligence



White-Paper

«Anleitung zum ML-Projekt in nur 60 Tagen»

www.kmu-21.ch/MLprojekt



itelligence World 24.10.2019:

ML, Analytics, SAP S/4HANA und Co. live in action

www.kmu-21.ch/live

SAP S/4HANA – Ihr ERP-System für die nächsten 20 Jahre?!

SAP ERP 6.0 Lösungen werden uneingeschränkt bis Ende 2025 unterstützt. Spätestens dann müssen diese Systeme auf SAP S/4HANA Enterprise Management umgestellt sein. Wie ist diese strikte Vorgabe des Softwareherstellers aus Kundensicht zu bewerten? In den meisten Fällen wohl problemlos, denn seit der Lancierung von SAP ERP 6.0 sind bereits 14 Jahre vergangen: Bis 2025 werden zahlreiche Systeme somit bereits 20 Jahre im produktiven Einsatz stehen!

Seit über 20 Jahren treu im Einsatz – das verdient Respekt

Landauf, landab sind die Kalender mit Besprechungsterminen namens «Move to SAP S/4HANA», «SAP S/4-Greenfield» oder «SAP S/4HANA @xyz» gefüllt. Nicht selten hören wir in Erstgesprächen zu Migrationsprojekten kritische Voten, weil der Softwarehersteller ab 2026 nur noch SAP S/4HANA standardmässig unterstützt.

Bei unserer Vorbereitung notieren wir deshalb jeweils die Geschichte der bestehenden Systemlandschaft:

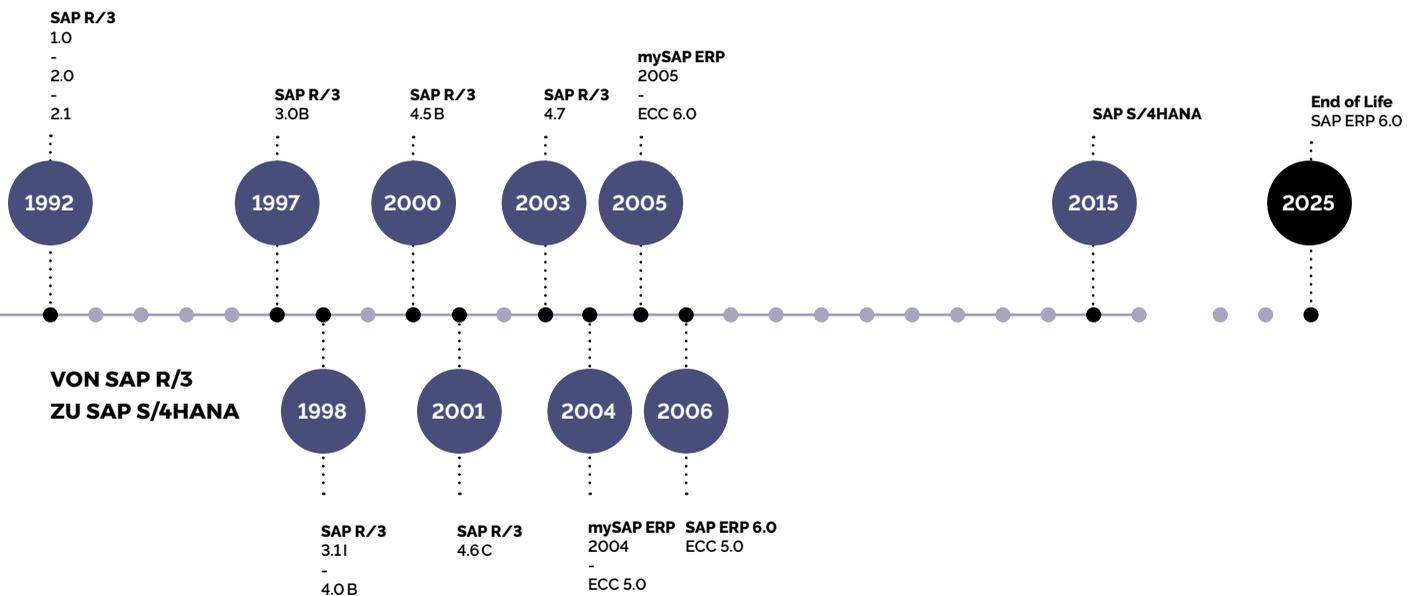
«Aha, **1998** SAP R/3 auf Release 3.1 eingeführt. Release-Upgrade auf 4.6C im Herbst **2001** und danach auf 4.7 im Winter **2003**. Gefolgt von der Lizenzanpassung mit einem Release-Upgrade auf ERP 6.0 im Frühjahr **2006**.

Seither bis **2019**: regelmässige Enhancement Packages, derzeit auf ERP 6.0 EHP7...»

Präsentieren wir diese Informationen auf einer Zeitachse, führt das regelmässig zu amüsierten und gleichzeitig nachdenklich überraschten Gesichtern, wie man sie sonst nur von runden Geburtstagsfeiern kennt.

Zahlreiche SAP ERP 6.0 Systeme sind in ihrer aktuell verwendeten Form nämlich bereits seit 20 Jahren und länger im Einsatz! Diese Form haben sie ausschliesslich über Release-Upgrades erhalten. Betrachten wir die organisatorische Entwicklung unserer Kunden über diesen Zeitraum, beobachten wir höchst faszinierende Unternehmensgeschichten, die den enormen Wandel widerspiegeln, den wir aus gesellschaftlicher, wirtschaftlicher und technologischer Sicht in den letzten zweieinhalb Jahrzehnten erlebt haben – und den das SAP System mittragen konnte!





Eine Software von heute für die nächsten 20 Jahre?

Es scheint utopisch, wenn wir darlegen, dass SAP S/4HANA auch in zehn bis 20 Jahren das administrative Zentrum aller betriebswirtschaftlich relevanten Aufgaben innerhalb einer Organisation sein wird. Es ist aber effektiv so!

SAP steht neben seiner ausgeprägten und dynamischen Innovationskraft auch für eine in der Softwarewelt nahezu einzigartige Planungssicherheit. Davon haben weltweit zehntausende Unternehmen in den letzten rund 25 Jahren profitiert. Es darf also zu Recht davon ausgegangen werden, dass diese Planungssicherheit auch für die neue ERP-Epoche unter SAP S/4HANA Bestand haben wird.

Unabhängig davon, in welcher Form und mit welchem Inhalt digitale Innovationen künftig unser Leben beeinflussen: Am Ende des Tages wird immer das sichere und wirtschaftliche Zusammenführen von Informationen, Prozessen und Personen im digitalen Kern unserer Unternehmen und Verwaltungen erfolgsentscheidend sein. Aus der Erfahrung der letzten zweieinhalb Jahrzehnte – SAP R/3 bis SAP ERP 6.0 – dürfen wir ableiten, dass SAP auch in 20 Jahren da sein wird, wo sich Ihr Unternehmen und Ihre Verwaltung befinden.

S4/HANA als System of Innovation beflügelt Unternehmen

Die obige Betrachtungsweise ist von zentraler Bedeutung, wo immer wir mit unseren Kunden den Weg hin zu SAP S/4HANA erarbeiten. Es ist wichtig, den eigenen Zukunftsentwurf frühzeitig konkret anzugehen. SAP S/4HANA ist kein «mit monopolistischer Werkzeugkiste aufgezwungener» Systemwechsel, sondern eine äusserst wertvolle Grundlage für die Geschäftsentwicklung der kommenden Jahre und Jahrzehnte. Es ist einerseits das organisatorische System of Record. Andererseits befähigt und beflügelt es die digitale Innovation und Effizienz! ■

INNFLOW AG

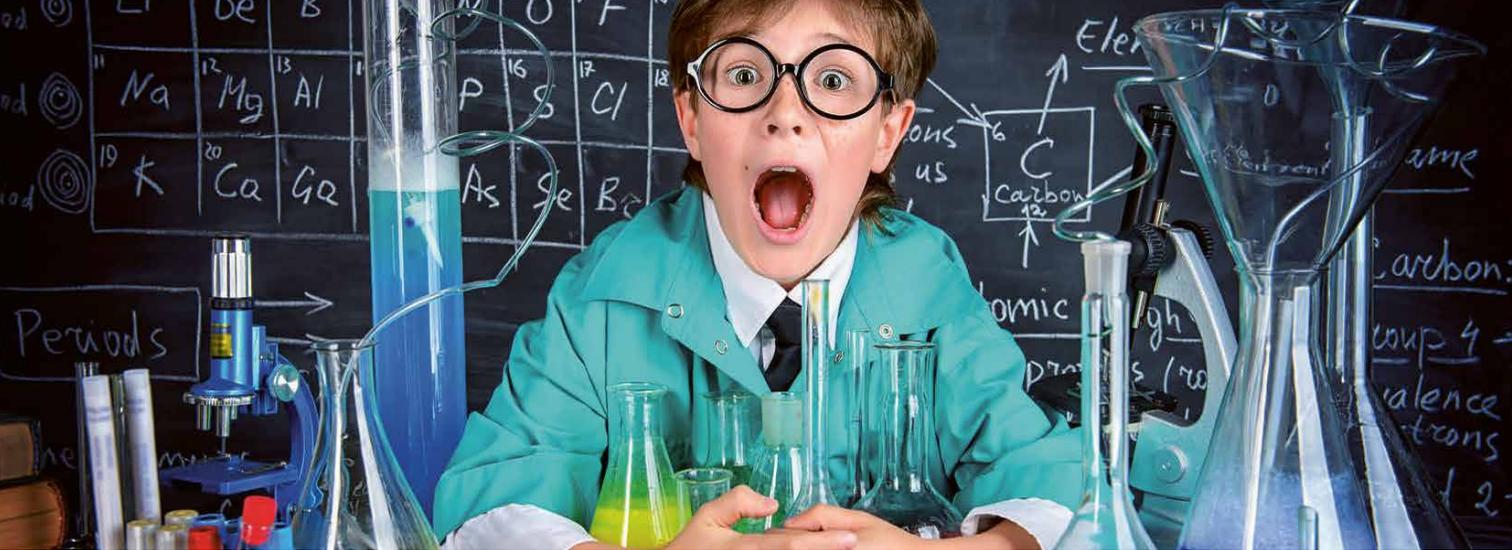
PATRICK MEIER

Co-Managing Director und Senior Partner



 patrick.meier@innflow.com

www.innflow.ch



Logistikkomfort, der verblüfft

Die Basler Handelsfirma Chemie Brunschwig AG vertreibt seit 70 Jahren Qualitätsprodukte für Kunden aus den Bereichen Chemie und Life Science. Wissenschaftliche und technische Beratungskompetenz, ein globales Netzwerk mit Partnern, Kunden und wissenschaftlichen Institutionen sowie moderne digitale Lösungen für einen effizienten Logistikprozess sichern den Unternehmenserfolg.

Digitalisierung ist ein strategisches Thema

CEO Roger Levy ist überzeugt: *«Jetzt wird entschieden, welche Unternehmen in den nächsten Jahren am Markt bestehen werden! Brunschwig wird dabei sein, weil wir für unsere Kunden digitale Lösungen entwickeln, die ihnen einen echten Mehrwert bringen.»*

Die Automatisierung der Supply Chain soll das Einkaufen für Brunschwig-Kunden einfacher, schneller und bequemer machen. Deshalb hat sich Roger Levy für die Einführung von SAP Business One entschieden. Die Implementierung klappte zwar erst im zweiten Anlauf – erst als die DATA UNIT AG mitten im Projekt einsprang, übernahm und die Installation sowie alle Schnittstellen funktionsfähig machte. Trotzdem ist Roger Levy überzeugt:

«Die Entscheidung für SAP war goldrichtig!»

Brunschwig erntet kundenseitig viel Respekt für die Einführung des leistungsstarken ERP-Systems von SAP und kann zudem sicher sein, eine Investition für die Zukunft getätigt zu haben.



Webshop und Schnittstellen zu den Einkaufsportalen der Branche

Brunschwig bietet rund 1.8 Millionen Qualitätsprodukte an. Das allein genügt aber nicht, um zum bevorzugten Lieferanten zu werden. Zusammen mit DATA UNIT wurde ein Webshop evaluiert und direkt mit dem ERP verknüpft. Die dahinterliegende Datenbank-Architektur ermöglicht das Auffinden jedes Produkts in Sekunden. Kunden können ihre bevorzugte Einkaufsplattform – Ariba, Coupa und Jaggaer (SciQuest) – an den Shop anbinden und sehen tagesaktuell Spezialangebote und Verfügbarkeiten.

Auf Kundenwunsch werden massgeschneiderte Produktkataloge erstellt und angebunden.

Einfacher, schneller, bequemer – deshalb kaufen Kunden bei Brunschwig ein

Automatisierte Abläufe vereinfachen den Einkauf und erhöhen die Liefergeschwindigkeit und -qualität. Kunden und Lieferanten haben jederzeit Zugriff auf alle benötigten Informationen, und die Bestell-, Verrechnungs- sowie Logistikprozesse lassen sich online bis ins Detail überwachen. All das steigert die Effizienz markant – bei Kunden und Lieferanten sowie bei Brunschwig selbst. Einfache Bestellung, rasche Lieferung und unkomplizierter Kundendienst machen Brunschwig aus.

Roger Levy ist sich sicher: *«Über exzellente Dienstleistungen, die dem Kunden Nutzen bringen, können wir uns im Markt differenzieren. Wir unterstützen unsere Kunden, damit sie ihre Ziele erreichen.»*



ROGER LEVY ÜBER KMU UND DIGITALISIERUNG

- Jedes KMU muss sich heute und jetzt mit dem Thema Digitalisierung befassen.
- Unternehmen brauchen ein gewisses internes IT-Know-how, um digitale Veränderungen zu beurteilen und Chancen zu erkennen.
- Digitalisierung ist in erster Linie ein Strategiethema, das von ganz oben vorangetrieben werden muss.
- Die Wahl des IT-Partners entscheidet zu einem grossen Teil über Erfolg oder Misserfolg eines Projekts.

AUSKÜNFTE ZUM PROJEKT

CHEMIE BRUNSCHWIG AG

20 Mitarbeitende



Roger Levy
CEO

rlevy@brunschwig-ch.com

www.chemie-brunschwig.ch

DATA UNIT AG

Competence Center für SAP Business One, Field Service Management und Integration Services



Roger Wipfli
COO / Beratung & Verkauf
roger.wipfli@dataunit.ch

www.dataunit.ch

EINGESETZTE LÖSUNG

SAP Business One mit 30 Usern

DIENSTLEISTUNGEN DATA UNIT AG

- Finalisieren der Implementierung von SAP Business One
- Unterstützung bei der Evaluation des Webshops BINARYone, Anbindung ans ERP
- EDI-Anbindung
- OCI Punchout und CSV
- Entwicklung und Betreuung weiterer Schnittstellen wie Ariba, Coupa und Jaggaer (SciQuest)

ANGEBOT UND REFERENZEN



www.kmu-21.ch/dataunit

SAP selbst betreiben oder auslagern? Diese Fakten helfen bei der Entscheidungsfindung.



Die Anforderungen an den SAP Betrieb sind unternehmensspezifisch und wandeln sich im Lauf der Zeit aufgrund sich verändernder Markt-, Technologie- und Businessanforderungen. Um die optimale Lösung zu finden, gilt es mehrere Fragenkomplexe zu klären.

AVECTRIS

IT. Simply Personal.



Angebot und Referenzen
www.kmu-21.ch/avectris

Viele Kunden betreiben ihr SAP ERP-System seit Jahren selbst oder haben den Betrieb bzw. Teile davon einem Service Provider übergeben. Mit einem Umstieg auf SAP S/4HANA und dem stetig wachsenden Cloud-Angebot wird die Fragestellung «Make or Buy» intensiviert.

Gibt es das optimale SAP Basisbetriebsmodell?

Um für ein Unternehmen die passende Lösung zu finden, müssen verschiedenste Fragen im Detail geklärt werden: Welche Infrastruktur-Voraussetzungen bestehen, wie sieht es mit den Anforderungen an die Verfügbarkeit und die Skalierbarkeit aus, welche personellen Ressourcen und welches interne SAP Know-how kann bereitgestellt werden? Gilt es rechtliche Anforderungen bezüglich Datenschutz oder Security zu beachten und welche Betriebskosten ist das Unternehmen bereit zu tragen? Eine generische Antwort ist in den meisten Fällen somit nicht sinnvoll.

Überdenken Sie Ihre personelle Situation

Mit SAP S/4HANA werden neue, komplexe Technologien eingeführt. Diese können in der Regel nicht nebenbei durch ein Infrastrukturteam oder von Datenbankadministratoren übernommen werden. Das spezifische Fachwissen rund um HANA, die Cloud Readiness sowie die komplexeren Abhängigkeiten innerhalb der Systeme müssen bei allen beteiligten Mitarbeitenden aufgebaut werden. Ist das für Ihr Unternehmen realistisch oder lohnt es sich, externe Ressourcen einzukaufen?

Die Infrastruktur der Zukunft

Der Wechsel auf SAP S/4HANA bietet Leistungsverbesserungen durch die Verwendung der In-Memory-Datenbanktechnologie.

Die künftige Architektur wird hinsichtlich der Anforderungen an die Verfügbarkeit, die Performance und Sicherheit definiert. Diese Faktoren bestimmen die Betriebskosten. Deshalb sind skalierbare Infrastrukturen empfehlenswert. Sie können sich flexibel an sich verändernde Geschäftsanforderungen und Rahmenbedingungen anpassen. Entscheiden Sie sich für ein Outsourcing, sind eine gute Planung und erfahrene Berater – die alle Abhängigkeiten kennen und bewerten – unerlässlich.

Neue Möglichkeiten dank Cloud Services

Mit den Cloud Services von SAP oder anderen Anbietern ergeben sich neue Möglichkeiten. Neben der Auslagerung von Infrastruktur- und SAP Basisleistungen kann auch das Outsourcing des Applikationsbetriebs geprüft werden, oder aber man nutzt das Beste aus zwei Welten und setzt auf hybride Betriebsmodelle und selektives Sourcing. Dies verlangt jedoch zusätzliche technische und applikatorische Expertise im Bereich der Cloud Service Integration und Erfahrung im Umgang mit Schnittstellen, d.h. die Integration wird komplexer.

Inhouse-Betrieb versus Outtasking, Outsourcing oder Cloud-Betrieb

Diese Entscheidungsgrundlagen helfen Ihnen bei der Wahl des für Sie passenden Modells:

Ein eigenes, modernes Datacenter steht zur Verfügung, jedoch

- fehlen SAP Basisressourcen im gewünschten Umfang und sind schwer rekrutierbar
- ist das bestehende Personal durch den hohen zeitlichen Präsenzbedarf überfordert
- können Stellvertretungen nur bedingt gewährleistet werden

SAP Outtasking (SAP Basisbetrieb)

Ein eigenes, modernes Datacenter steht NICHT zur Verfügung, jedoch

- ist die flexible Skalierung der Systeme erforderlich
- ist der Leistungsbezug je nach Bedarf gewünscht
- sind erhöhte Anforderungen an die Verfügbarkeit und Security vorhanden
- sollen die Fixkosten attraktiv und kalkulierbar sein
- ist die persönliche Beziehung zum Partner – auf Augenhöhe – ein Muss

SAP Outsourcing (SAP Infrastruktur und Basisbetrieb)

Ausgewählte Leistungen sollen als SaaS Cloud Service bezogen werden

- beispielsweise SAP Analytics oder SAP Success Factors
- die Einführungszeit soll gering sein
- der Betrieb der Application Layer soll durch den Cloud-Anbieter gewährleistet werden

Cloud SaaS

Entscheidungen treffen leicht gemacht

Finden Sie heraus, welche Lösung für Ihr Unternehmen die richtige ist. Profitieren Sie von der langjährigen Erfahrung und Kompetenz eines bewährten Partners und entwickeln Sie eine klare und begründete SAP Strategie. Bauchentscheide sind oft mit unnötigen Folgekosten verbunden. Optimal beraten, finden Sie die passende, massgeschneiderte Lösung, die Ihr Partner auf Wunsch umsetzt und für Sie im externen Datacenter betreibt. ■

WEITERE AUSKÜNFTE

AVECTRIS AG

Full Service Provider für Schweizer KMU
Nach der Übernahme von ERP-sourcing
rund 380 Mitarbeitende, davon
75 SAP Spezialisten



Ales Kupsky

Head of Application Services
ales.kupsky@avectris.ch

www.avectris.ch



Mathys AG Bettlach zieht in die Cloud – in nur 5 Wochen

Weltweit im Einsatz: Schweizer Implantate für Hüfte, Knie und Schulter sowie synthetisches Knochenersatzmaterial

Die 1946 in einer kleinen Werkstatt gegründete Mathys Bettlach AG entwickelt, produziert und vertreibt Produkte für den Gelenkersatz. Das heute international tätige Orthopädie-Unternehmen mit 540 Mitarbeitenden in weltweit 12 Ländern ist immer noch im Familienbesitz. Um sich im Markt zu behaupten, sind permanente Innovation und Weiterentwicklung unerlässlich. Deshalb entschied sich die Unternehmensleitung 2018 für eine 100-Prozent-Cloud-Strategie.

Die regulatorischen Anforderungen in der Medizinaltechnik sind streng. Deshalb betreibt das Familienunternehmen Mathys AG Bettlach eine komplexe Systemlandschaft mit SAP ECC 6.0, mit GTS Mandant, mit Fiori-Apps und weiteren mobilen Anwendungen sowie mit einer Exportschnittstelle. Die Umsetzung der 100-Prozent-Cloud-Strategie begannen die Verantwortlichen mit der wichtigsten Herausforderung: dem SAP System.

Ein Systemunterbruch wäre für Mathys weltweit businesskritisch

100-Prozent-Cloud, das bedeutete neben der Umstellung der Oracle Datenbank auf HANA die Migration aller Systeme und die Anpassung aller Schnittstellen: SAP ERP, die Kommunikationsplattform von SAP-GTS zum Zoll, die OpenText Langzeitarchivierung, das Qualitätssystem CAQ, der Kreditoren-Workflow. Auch alle mobilen Lösungen müssen ohne Wenn und Aber weiterfunktionieren: die Fiori-App im Bereich Warehouse-Management-System oder die Inventurlösung für den Aussen-dienst. Eine besondere Herausforderung waren die Anbindung spezieller Etikettendrucker und das Drucken japanischer Formulare. Da die zwölf weltweiten Tochtergesellschaften alle auf dem gleichen System arbeiten, musste die Umstellung zwingend auf Anhieb klappen.

Start des «Proof of Concept» Ende Mai, Going-Live am 1. Juli 2019

Die Mathys AG Bettlach ist tief in der Microsoft-Welt verwurzelt, weshalb die Nutzung der Microsoft Azure Cloud auf der Hand lag. Als erstes wurde AGILITA, der langjährige Partner für die Betreuung der SAP Basis, ins Projekt eingebunden. Man beschloss, einen virtuellen Bereich in der Azure Cloud zu mieten, um ein Proof of Concept (PoC) durchzuführen.

Die IT von Mathys wird seit Jahren von den gleichen internen Mitarbeitenden betreut. Entsprechend gut sind die Systeme und Schnittstellen bekannt – und die Dokumentation ist sehr ausführlich und gut gepflegt. Hinzu kommen AGILITAs umfassende Kompetenz, ihre Nähe zu SAP und die weitreichende Erfahrung mit solchen Projekten. Unter so guten Voraussetzungen verlief der PoC reibungslos.

Nachdem mit Microsoft der genaue Umfang der Leistungen definiert war, wurde das Testsystem im realen Umfeld installiert. Die Schnittstellen und logischen Pfade waren dank PoC gut vorbereitet. Am Freitagabend, 28. Juni begann die weltweite Migration. Am Sonntag, 30. Juni konnte getestet und dann der Schalter zur neuen SAP/4HANA Umgebung umgelegt werden. Am Montag, 1. Juli loggten sich die Benutzer erstmals ins neue System ein – und bemerkten nichts! ■



DIE VORTEILE FÜR MATHYS AG BETTLACH

- Deutlich spürbare Steigerung der Performance
- Definierte und garantierte Verfügbarkeit der Systeme
- Steigerung der Datacenter-Sicherheit
- Monatlich kalkulierbare Kosten
- Hohe Flexibilität dank Skalierbarkeit ohne Anschaffung zusätzlicher Hardware
- Aktualisierte Infrastruktur, vorbereitet für kommende Release-Wechsel

«Ja, es hat gekribbelt, als es in Neuseeland Montagmorgen wurde und die ersten Benutzer sich am System anmeldeten... alles funktionierte. Nun konnte ich beruhigt beobachten, wie sich nach und nach unsere Mitarbeitenden in Australien, Japan, China und schliesslich in Europa einloggten.»

Christian Marti

Leiter Application Services, Informatik

AUSKÜNFTE ZUM PROJEKT

MATHYS AG BETTLACH

540 Mitarbeitende in 12 Ländern



Christian Marti

Leiter Application Services, Informatik
christian.marti@mathysmedical.com

www.mathysmedical.com

AGILITA AG

SAP Cloud Partner Nr. 1 für Schweizer KMU



Peter Schaad

Leiter Vertrieb
peter.schaad@agilita.ch
+41 79 208 22 87

www.agilita.ch

EINGESETZTE LÖSUNG

SAP ERP on HANA
in der Microsoft Azure Cloud

ANGEBOT UND REFERENZEN



www.kmu-21.ch/agilita





3

Aus dem Hause SAP

- 48 Veranstaltungen: **Hackathon bei BSC Young Boys**: 15. & 16.11.2019.
- 49 openSAP Digital Transformation Certificate: **Schweizer Absolventen berichten.**
- 50 **SAP für KMU kennenlernen**: Auf diese Lösungen vertrauen über 1500 Schweizer KMU bei Digitalisierungsprojekten.
- 51 **Referenzvideos**: Warum Schweizer KMU sich für SAP entscheiden.



SAP ist Technologie-Partner am Hackathon von BSC Young Boys

Der ultimative Hack-Trick

**15. und 16. November 2019:
24 Stunden im Stade de Suisse**

<https://hackathon.bsicyb.ch>

Um das Angebot des Clubs noch spannender und vielseitiger zu gestalten, veranstaltet BSC Young Boys bereits zum zweiten Mal den «YB-Hackathon». Ziel des Hackathon ist es, innerhalb der vorgegebenen Dauer einen funktionierenden Software-Prototyp zu einer definierten «Challenge» zu entwickeln.

Zu gewinnen:
CHF 5000.-,
Champions' Lounge-Tix,
signierte YB-Shirts,
Wanderpokal

SAP und BSC YB suchen **Software Developer, IT Professionals, Studenten und Hacker**, die zeigen, was sie können. Bei den YB Challenges geht es um das Stadionerlebnis, das digitale Angebot oder Prozessoptimierungen des Clubs. Ebenfalls **gesucht sind Unternehmen, die den Teilnehmern spannende Aufgaben** aus ihrem Geschäftsumfeld **stellen** – oder die selber ein Hack-Team schicken.

So lernen sich Entwickler und Unternehmen kennen. Denn letztlich geht es darum, **Lösungen zu bauen, die reale Probleme in den Unternehmen beseitigen**. Themen wie IoT, Artificial Intelligence, Machine Learning und Blockchain sind hierbei omnipräsent.

Spass an Neuem und die Chance, auf der SAP Cloud Plattform zu entwickeln

Catering, Getränke, eine chillige Lounge zum Ausruhen sowie Highspeed-Internet stehen für die Teilnehmer bereit. Darüber hinaus sorgt ein spannendes Rahmenprogramm für Abwechslung. SAP stellt Coaches zur Seite und unterstützt in der Vorarbeit zum Hackathon.



Eingabe von Challenges

Anmeldeschluss
5. November 2019



Anmeldung für Hacker

Anmeldeschluss
8. November 2019



Kontakt für Coaching und Vorbereitungs-Unterstützung:

sebastian.folk@sap.com

www.kmu21.ch/challenges

www.kmu21.ch/hacker

www.kmu21.ch/coach



Den Neugierigen gehört die Zukunft

In der letzten Ausgabe haben wir die openSAP Plattform vorgestellt. Hier kann jeder kostenlos lernen, wie man im digitalen Zeitalter besteht. Der Lehrgang «Digital Transformation Certificate» ist auf riesiges Interesse gestossen. Mehr als 12 500 Teilnehmer haben sich für die Ausbildung eingeschrieben, die Bewertung der Absolventen ist mit 4.65 von 5 Sternen herausragend.



Schreiben Sie sich jetzt ein für diese umfassende Weiterbildung und machen Sie sich fit für die Zukunft!

www.kmu-21.ch/DTC



Beide Interviews in voller Länge:

www.kmu-21.ch/DTCinterviews

VLADIMIR BADIC



Vladimir Badic hat 22 Jahre Erfahrung mit Prozessen und Systemen. Als Berater für die digitale Transformation unterstützt er Unternehmen dabei, Konzepte zu entwerfen und diese umzusetzen – von der Vermittlung neuer Technologien zu neuen Geschäftsmodellen.

Was war Ihre Motivation, das SAP DTC zu absolvieren?

Digitale Transformation ist meine Arbeit und meine Leidenschaft. Ich habe mich entschieden, ein aktiver Teilnehmer zu sein, daher lerne ich kontinuierlich. openSAP ist ein ausgezeichneter Lernkanal. Hier werden tiefgreifende Geschäftskennntnisse mit modernster technologischer Innovation sowie Praxisbeispielen und Anwendungsfällen kombiniert. Der Umfang und Inhalt des Programms passen zu mir, weil dieses die Hauptkomponenten der digitalen Transformation abdeckt: Führung, intelligente Technologien (ML, IoT, Blockchain), intelligentes ERP und Informationssicherheit.

Wie wertvoll schätzen Sie das Zertifikat ein? Wäre ein offizieller Fachhochschulabschluss nicht besser?

Ich mag disruptiv-kontinuierliches Lernen in verschiedenen Kanälen. Ich habe das DTC-Programm abgeschlossen, um mir das spezifische Wissen eines der besten Technologieunternehmen anzueignen. Die Zertifikate von openSAP ergänzen Fachhochschulabschlüsse perfekt.



+41 79 929 44 92



digitaltransformation@vladimirbadic.ch

THOMAS NEUHAUS



Thomas Neuhaus ist Head of Digital Consulting – ein digitaler Evangelist. Er treibt das Thema innerhalb der AGILITA voran, zeigt Kunden die Chancen der Digitalisierung auf und berät sie bei der Entwicklung und Umsetzung von Konzepten und Strategien.

Welche Personen sollten Ihrer Meinung nach das DTC absolvieren?

Sämtliche Personen, die für die Digitalisierung in Firmen Verantwortung tragen: CTO, COO, CIO, CDO, Produktionsleiter, Marketingleiter, Verkaufsleiter, Business Development und Team-Verantwortliche. Das Zertifikat erweitert Fachhochschulabschlüsse mit seiner Praxisnähe – Kundenbeispiele, Erfahrungsaustausch, Anwendungsübungen, Ideenentwicklung – und vertieft sie mit seinem Fokus auf das Thema.

Was schätzen Sie als Arbeitgeber an Bewerbern, die eine solche Ausbildung absolviert haben?

Solche Kandidaten beweisen, dass sie aktiv sind, sich intensiv mit neuen Technologien auseinandersetzen und bereit sind, sich kontinuierlich weiterzubilden. Die Absolventen kennen sich mit den heutigen Möglichkeiten aus und haben gelernt, in Varianten zu denken. Solche Kandidaten sind eine Bereicherung für das Team, weil sie gute Grundlagen in Technologie, Organisation und Prozessen haben und dies unseren Kunden sofort bieten können. Wer online eine solche Ausbildung absolviert, beweist Disziplin und Durchhaltevermögen.



+41 79 215 95 08



thomas.neuhaus@agilita.ch

Mehr als 350 000 KMU weltweit vertrauen täglich auf Lösungen von SAP

Für jeden Bereich die richtige Anwendung:



Unternehmenssoftware aus der Cloud

Umfassende, integrierte Lösungen (ERP) für Finanzen, Personalwesen, Verkauf, Beschaffung, Kundenservice und Logistik



Vertrieb, Service und Marketing

Intuitiv bedienbares System für Verkauf, E-Commerce, Marketing (CRM) und Kundenservice



Beschaffungsmanagement

Einzigartiges Business-Netzwerk für Lieferanten- und Vertragsmanagement, E-Procurement und E-Invoicing



Personalwesen

Flexible Lösung für Rekrutierung, Lohnwesen, Talentmanagement, Aus- und Weiterbildung, Reise- und Spesenmanagement



Berichtswesen und Analysen

Leistungsstarke Plattform für Auswertungen in Echtzeit, Datenvisualisierung und prognostizierende Analysen



Digitales Innovationssystem

Die SAPCloud-Plattform als Grundlage für Ihre Innovationen, unterstützt von SAP Leonardo für Machine Learning, IoT und Blockchain

Wie auch immer **Ihr Weg zum Unternehmenserfolg aussieht:**

Wir haben die passende Technologie dazu - unsere starken Partner beraten Sie gerne:



Lernen Sie uns kennen

www.kmu-21.ch/anbieter



Erleben Sie SAP live

www.kmu-21.ch/events



Schreiben Sie uns
mail@kmu-21.ch



Rufen Sie uns an
+41 58 871 59 77



SAP für KMU bei unseren Kunden im Einsatz

Warum Schweizer KMU sich für eine SAP Lösung entschieden haben und welche Vorteile sie daraus ziehen? Das erzählen sie am besten selbst.

Schauen Sie sich die KMU-Videos an und überzeugen Sie sich selbst:



Baumann Koelliker

SAP S/4HANA und SAP Fiori

www.kmu-21.ch/Koelliker



Veratron AG

SAP S/4HANA

www.kmu-21.ch/veratron



Rudolf Brügger

SAP Business One

www.kmu-21.ch/bruegger



Rivella SAP HANA DB
und SAP BPC on HANA

www.kmu-21.ch/rivella1



Botanica GmbH

SAP Business One

www.kmu-21.ch/botanica



SPEDNOVA AG

SAP Business One

www.kmu-21.ch/spednova



Rivella

SuccessFactors

www.kmu-21.ch/rivella2



Schweizerische Rheinhäfen

SAP S/4HANA

www.kmu-21.ch/rheinhaefen



Stedy Gwürz AG

SAP ERP HANA aus der Cloud

www.kmu-21.ch/stedy

Die besten Ideen kommen mir, wenn ich mir vorstelle, ich bin mein eigener Kunde.

Charles Lazarus, Gründer Toys'R'Us

Planen Sie in Ihrem Unternehmen
ein Digitalisierungsprojekt?
Wir sind die Macher an Ihrer Seite!

kmu-21.ch/partner

AGILITA

anthesis®

AVECTRIS
IT. Simply Personal.

DATA
UNIT.

innFLOW
INNOVATION FLOWS.

itelligence NTT DATA Business Solutions

itesys

NeoDelta

Cone
resource

plusIT

process partner
Service Provider Excellence

SMAhrT
consulting AG

peers

swisscom

TEAMWORK