

direkt informiert

DAS KUNDENMAGAZIN DER DIREKT GRUPPE

TITEL THEMA: WAS FÜR KUNDEN WIRKLICH ZÄHLT →SEITE 1 +++ **PORTRAIT UND PRAXIS:** NEUER WEB-AUFTRITT FÜR HORMOCENTA →SEITE 2 +++ **TERMINE** →SEITE 2 +++ **PORTRAIT UND PRAXIS:** ONLINE-SHOPS FÜR TUI PRODUCTS & SERVICES →SEITE 3 +++ **SERVICES UND PRODUKTE:** FILEVIRTUALISIERUNG →SEITE 4 +++ **SERVICES UND PRODUKTE:** SUPPLY CHAIN INTEGRATION MIT NEXUSE2E →SEITE 4

AUSGABE #01.2010

Editorial

Liebe Leserinnen und liebe Leser,

unsere Wahrnehmung ist von unseren inneren Bedürfnissen abhängig. Das hat eine neue Studie herausgefunden. Begehrntes erscheint uns demnach näher: Bei Hunger schätzen wir z.B. die Distanz zur auf dem Tisch liegenden Schokolade näher ein, als wenn wir satt sind. Umgekehrt wirkt der nächste Hügel für einen müden Wanderer viel steiler, als er tatsächlich ist. Gehen wir unsere Arbeit also positiv an, dann geht sie leichter von der Hand. In diesem Sinne wünschen wir Ihnen ein erfolgreiches neues Jahr! Jetzt aber viel Spaß mit diesem Heft!

Ihre direkt gruppe

TITEL THEMA

direkt gruppe ist trotz Wirtschaftskrise erfolgreich

Was für Kunden wirklich zählt

Das Jahr 2009 stand ganz im Zeichen der Finanz- und Wirtschaftskrise. Während in vielen Unternehmen das Geschäft deutlich abflaute, konnte sich die direkt gruppe gut behaupten. „Krise? Machen wir nicht mit!“ lautete die Devise. In wirtschaftlich schwierigen Zeiten stehen Leistungen im Mittelpunkt, durch die Unternehmen leistungsstärker werden und mit denen sie Geld sparen oder verdienen können. „Diesen Anspruch“, so Gerald Jenner, Geschäftsführer von networks direkt, „stellen wir von je her an das Portfolio aller Unternehmensbereiche. Deshalb waren wir auch im vergangenen Jahr gut aufgestellt.“ So konnte die direkt gruppe sogar ein Plus gegenüber dem Vorjahresumsatz verbuchen. → SEITE 2

TITEL THEMA

→ Die direkt gruppe wird sich daher auch in 2010 auf Leistungen fokussieren, die für den Kunden relevant sind. Dazu gehört auch das kontinuierliche Ausloten neuer Potenziale, um beständig ein aktuelles Leistungsprogramm bieten zu können und den Kunden hin und wieder auch zu überraschen.

„Unsere Kunden nehmen uns als leistungsstarken Partner wahr, auf den sie sich verlassen können“, so Karsten Kirsch, verantwortlich für den Vertrieb von networks direkt. Dieses Vertrauen zahlt sich aus. So konnte die direkt gruppe interessante Kunden gewinnen und ihre Bestandskunden optimal betreuen.

IT, die schlank macht

networks direkt setzt in diesen konjunkturell weiterhin angespannten Zeiten nach wie vor auf Lösungen und Technologien, die Firmen schlanker und effizienter machen. Die IT-Projektspezialisten konzentrieren sich auf die Themen Migration Management und IT-Automatisierung. Das dritte Thema im Bunde ist Identity Management, um den steigenden Compliance-Anforde-

rungen in Unternehmen zu begegnen. „Wir können unseren Kunden umfangreiche Projekterfahrung bieten in Kombination mit hochaktuellem Technologie-Know-how“, so Kai Petersen, Geschäftsführer von networks direkt. „Unsere Kunden schätzen das sehr.“

Online-Marketing hilft dem Vertrieb
marketing solutions direkt hat in ihrem zweiten Geschäftsjahr ebenfalls den Nerv getroffen. „Unsere Kunden wollen vor allem eines: mehr Geld verdienen“, so Sven Severin, Geschäftsführer von marketing solutions direkt. „Vertriebsunterstützende Online- und Onscreen-Lösungen waren deshalb in diesem Jahr stark gefragt, genauso wie Performance-Analysen.“

Parallel dazu beschäftigten sich die Marketeers mit Mobile Marketing und veröffentlichten erste iPhone-Apps. Kooperationen mit Content-Lieferanten wie casestudies.biz und Yavido erweitern darüber hinaus das Angebot.

Shops und Transaktionslösungen

Bei solutions direkt waren im ver-

gangenen Jahr Online-Shops und die Business-Messaging-Lösung NEXUSe2e große Themen. Die Softwareentwickler werden sich auch zukünftig auf die Bereiche eCommerce und Online-Portale konzentrieren. „Wir setzen neben Microsoft-Produkten sehr stark auf Open-Source-Plattformen, die sich vor allem dann bewähren, wenn Kunden viele individuelle Anforderungen kostengünstig umsetzen wollen“, so Markus Breilmann, Geschäftsführer von solutions direkt.

Beim Thema Online-Portale schließt sich dann auch der Kreis in der direkt gruppe. Lesen Sie auf Seite 3, wie die direkt gruppe bei der Umsetzung der Online-Shops für TUI Produkts & Services im vergangenen Jahr ihre gemeinsame Kompetenz unter Beweis stellen konnte.

So aufgestellt, blickt die direkt gruppe dem Jahr 2010 optimistisch entgegen. Ob als Spezialist für Online-Marketing, IT-Projekte und Anwendungsentwicklung oder als Expertenteam – die Unternehmen der direkt gruppe stehen auch weiterhin für die hohe Qualität und den messbaren Erfolg ihrer Projekte.

TERMINE

- SEE 2010 // 03./04.05.2010
Software & Systems Engineering Essentials 2010 // ITIL bei der Optimierung von Serviceprozessen, networks direkt

Workshops On Demand

- Virtualisierung auf allen Ebenen // IT-Virtualisierung – ein Muss für jeden IT-Betrieb
- Datenmanagement und E-Mail-Archivierung
// Von der Datenflut zum Datenpool!
- Datenmanagement und File-Virtualisierung mit Commvault und F5 // Das Datenmanagement der Zukunft
- ↗ www.direkt-gruppe.de/veranstaltungen

PORTRAIT UND PRAXIS

Dialog im Web

Neuer Web-Auftritt für Hormocenta

Sven Severin | Die deutsche Kosmetikmarke Hormocenta hat ihren Web-Auftritt revitalisiert. In einem Gemeinschaftsprojekt sorgte marketing solutions direkt für die technische Umsetzung eines zeitgemäßen Web-Auftritts, der das Web-Design von Tom Leifer Design erhielt. solutions direkt übernahm die Einbindung eines Online-Shops auf Basis von OFBiz für den amerikanischen Markt.

Die Hautpflegeprodukte von Hormocenta werden in Deutschland ausschließlich in Drogeriemärkten und Warenhäusern verkauft. Die Website bietet Informationen über die Pflegeserie und soll zukünf-

tig den Dialog mit den Kundinnen fördern. So sorgen Umfragen und Gewinnspiele für zahlreiche Kontaktpunkte. In der nächsten Ausbaustufe werden ein Newsletter und ein Forum für die „Hormocenta Freundinnen“ umgesetzt.

Der Austausch mit den Kundinnen sowie Performance-Messungen erlauben es Hormocenta, mehr über ihre Zielgruppe zu erfahren. Damit können die Kommunikationsmaßnahmen rund um die Produkte zukünftig zielgerichtet optimiert und auf die Bedürfnisse der Kundinnen abgestimmt werden.

↗ Sven.Severin@direkt-gruppe.de

↗ www.hormocenta-kosmetik.de

■ PORTRAIT UND PRAXIS

Neues Konzept vereint Marketing, Entwicklung und Infrastruktur

Online-Shops für TUI Products & Services

Markus Breilmann | Die TUI Products & Services (TPS) beschafft und vertreibt Werbe- und Merchandising-Artikel für die TUI und ihre zahlreichen Marken. Neben der Direktbelieferung der Organisationseinheiten gehörte bereits ein Online-Shop für Endkonsumenten, der TUI Shop, zum Leistungsangebot.

In der ersten Hälfte des Jahres 2009 reiften in der TPS Pläne, weitere Online-Shops zu eröffnen. Allen voran sollten zukünftig Reisebüros in einem TUI Profi-Shop Werbemittel und Urlaubskataloge beziehen. Schnell wurde deutlich, dass in den Geschäftsprozessen für Firmenkunden (B2B) und Konsumenten (B2C) sowohl Gemeinsamkeiten als auch deutliche Unterschiede bestehen.

Eine Lösung mit vielen Details

In dieser Planungsphase erstellte solutions direkt das technische Konzept. Dr. Reimer Hintzpeter, Geschäftsführer von TPS, überzeugte vor allem die Wahl einer gemeinsamen Plattform anstelle vieler Einzellösungen. „Wir wollen zukünftig weitere Spezial-Shops anbieten“, so Dr. Hintzpeter. „Die gemeinsame Plattform ermöglicht uns einheitliche Prozesse und Betriebsabläufe, die zentrale Administration von Artikelsortimenten und eine gebündelte technische Infrastruktur.“

Mit dieser Zielsetzung erarbeitete solutions direkt eine Lösung, die in der zweiten Jahreshälfte umgesetzt wurde. Dazu lieferten die Online-Marketeers von marketing solutions direkt ein benutzerfreundliches Design für den neuen TUI Profi-Shop. Der bestehende TUI Shop wurde auf die neue Plattform portiert.

Die Umsetzung ging über die Abbildung von Kaufprozessen im engeren Sinne hinaus: Angesichts der betroffenen Geschäftsprozesse und Unternehmen waren zahlreiche Systemintegrationen zu berücksichtigen. Zentrale Bedeutung kam dabei



Für Dr. Reimer Hintzpeter, Geschäftsführer von TUI Products & Services, stellen die Online-Shops den wichtigsten Vertriebsweg der Zukunft dar.

der Anbindung der TPS Warenwirtschaft zu, dem führenden System für Warenbestand, Fulfillment und Buchhaltung.

Für den TUI Profi-Shop wurde ein Single-Sign-On mit dem Intranet der TUI umgesetzt, um den Reisebüros eine lückenlose Navigation in den Angeboten des Konzerns zu ermöglichen. Weitere Anbindungen kamen hinzu: an Bezahldienstleister für Kreditkarten und Sofort-Überweisungen, an Lieferanten und an das TUI-interne System für Reisekataloge und Gutscheine.

Die Basis: Standards mit Zukunft

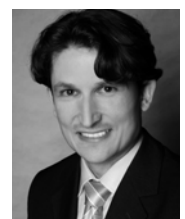
Dabei konnte solutions direkt sowohl die eigene Integrationslösung NEXUSe2e (siehe Seite 4) als auch die service-orientierte Architektur von Apache Open For Business (OFBiz) nutzen. „Diese beiden Open-Source-Lösungen erlauben uns eine kostensparende und zukunftssichere Implementierung“, so Dr. Hintzpeter. So bietet OFBiz neben der Online-Shop-Funktionalität weitere Module, wie Lagerhaltung, Bestellabwicklung und Buchhaltung, so dass viele der komplexen Anforderungen zügig und mit geringem Auf-

wand umgesetzt werden konnten.

Teamwork der Spezialisten

Neben dem technisch überzeugenden Angebot punktete die direktgruppe auch durch ihr Gesamtportfolio. „Das Zusammenspiel der Spezialisten für Software-Entwicklung, Online-Marketing und technische Infrastruktur ermöglichte es uns, den gesamten Lebenszyklus einer komplexen Software-Lösung aus einer Hand zu realisieren“, so Dr. Hintzpeter. „Mit dem Ergebnis können wir uns sehen lassen.“

➔ Markus.Breilmann@direkt-gruppe.de



Markus Breilmann (39), leitete das Projekt aufseiten der direktgruppe.

■ OPEN FOR BUSINESS

Apache Open For Business (OFBiz) ist eine Open Source Software, die ohne Lizenzkosten frei verfügbar ist. Die Suite verfügt über viele ausgereifte betriebswirtschaftliche Prozesskomponenten (ERP, CRM usw.), die solutions direkt für Online-Shops individuell anpasst.

➔ www.direkt-gruppe.de/56435

SERVICES UND PRODUKTE

Datenaustausch kostengünstig und komfortabel

Supply Chain Integration mit NEXUSE2e



Die Business-Messaging-Lösung NEXUSE2e von solutions direkt sorgt für geringe Transaktionskosten und höhere Datenqualität.

Markus Breilmann | Zahlreiche Geschäftsprozesse in Unternehmen erfordern einen Austausch von Daten zwischen Softwaresystemen. Doch speziell bei Transaktionen über Unternehmensgrenzen hinweg wird eine enge technische Verzahnung meist aufwendig.

Die B2B-Integrationslösung NEXUSE2e automatisiert diesen Datenaustausch mit Kunden, Partnern und Lieferanten z.B. im Handel. Vor allem Unternehmen, die nicht über eine Enterprise-Lösung verfügen, erhalten damit eine kostengünstige und komfortable Lösung für ihr Business Messaging.

NEXUSE2e bietet viele benutzerfreundliche Konfigurations-, Reporting- und Benachrichtigungsfunktionen, um die Austauschprozesse mit Partnern zu automatisieren, zu überwachen und so Fehler früh zu

erkennen. Die Lösung unterstützt die häufigsten Übertragungs- (HTTP/HTTPS, FTP und FTP/S, SFTP, SMTP/POP3) und Messaging-Protokolle (ebXML, Web-Services).

NEXUSE2E

Mehr über NEXUSE2e

➔ www.direkt-gruppe.de/82851

Die Standardkomponenten erlauben eine Anbindung an interne Bestandssysteme wie SAP, die Bearbeitung von Daten oder die Transformation zwischen Datenformaten. Das System kann flexibel um weitere Übertragungsprotokolle oder Geschäftsprozesse ergänzt werden.

Die Software wird unter einem Open-Source-Modell weiterentwickelt und ist daher lizenzkostenfrei.

So lassen sich mit geringem Aufwand sowohl isolierte Bedarfe, wie eine einfache FTP-Übertragung, als auch umfangreiche Datenaustauschszenarien automatisieren.

Für den Einsatz in geschäftskritischen Prozessen bietet solutions direkt Dienstleistungen für Installation, Einrichtung und Erweiterung, kommerziellen Support sowie eine Lösung für Hochverfügbarkeit.

➔ Markus.Breilmann@direkt-gruppe.de

IHRE MEINUNG

Ihre Meinung interessiert uns!

Wenn Sie uns zur *direkt informiert* Feedback geben oder Themen vorschlagen möchten, nehmen Sie einfach Kontakt mit uns auf.

Die Abbonnementeinstellungen für die *direkt informiert* erreichen Sie unter: www.direkt-gruppe.de/ *direkt-informiert* oder per E-Mail: info@direkt-gruppe.de

Filevirtualisierung

Entlastung für den Online-Speicher



Vanessa Finger (24) informiert über die Einsatzmöglichkeiten und Vorteile von Filevirtualisierung in Unternehmen.

Vanessa Finger | Anwender wissen meist nicht, wie teuer der Speicher ist, auf dem sie ihre Dokumente ablegen. Und natürlich gibt es auch genügend gute Gründe, Daten abzuspeichern und aufzubewahren. In Anbetracht von steigenden Datenvolumen und den vielfältigen Anforderungen an ihre Verwaltung stehen IT-Abteilungen heute mehr denn je vor der Aufgabe, den Bedarf an Speicherinfrastruktur und begrenzte Budgets unter einen Hut zu bekommen.

Filevirtualisierung stellt eine Möglichkeit dar, diese Herausforderung zu lösen. In den meisten Unternehmen werden Produktivdaten auf teurem Speicher, dem so genannten Tier1-Storage, abgelegt. Der Anwender speichert seine Dateien in der bekannten Struktur ab. Dort verbleiben sie, auch wenn sie nicht mehr produktiv genutzt werden. Diese

Dateien belegen teure Kapazitäten.

Bei der Filevirtualisierung werden Daten nach festgelegten Kriterien klassifiziert. Je nach Wertigkeit können die Daten auch an anderen, günstigeren Speicherorten abgelegt werden und so Online-Speichersysteme von ungenutzten Daten entlasten. Eine logische Schicht trennt den virtuellen Namensraum und den physikalischen Speicherort voneinander. So kann der Benutzer virtuell an den gewohnten Speicherorten auf seine Files zugreifen.

Durch die Verringerung der Datenvolumen auf teuren Speichermedien gelangen mithilfe von Filevirtualisierung Kostenreduzierungen von bis zu 40% bei Neuanschaffungen von Speichersystemen. Gleichzeitig werden die Backup-Zeiten auf kritischen Systemen verkürzt und Performance-Verbesserungen erzielt.

➔ Vanessa.Finger@direkt-gruppe.de

IMPRESSUM

Herausgeber

networks direkt GmbH
Griegstraße 75
22763 Hamburg

Verantwortlich

Nils Schultz

Redaktion

Kerstin Lausen
Kerstin.Lausen@direkt-gruppe.de

Erscheinungstermine

direkt informiert erscheint viermal im Jahr. Die nächste Ausgabe lesen Sie im Mai 2010.

Nachdruck und Wiedergabe jeglicher Art, auch auszugsweise, nur mit Genehmigung des Herausgebers.
Titelfoto: iStockphoto © BasSlabbers