



Liebe Leserin,
Lieber Leser,

die sozialen Netzwerke nehmen einen immer größeren Raum in unserem täglichen Leben ein.

Auch im B2B-Umfeld richtet sich der Fokus mehr und mehr auf die Präsenz bei Facebook, Twitter oder XING.

Lesen Sie in der 4. Ausgabe der Comgroup News einen informativen Artikel zur aktuellen Rechtslage beim Umgang mit Social Media.

Ein Highlight im September war der Tag der offenen Tür auf dem Industriepark Würth. Die Comgroup konnte sich als modernes Unternehmen aus der Region Tauber-Franken präsentieren und bot den zahlreichen kleinen und großen Besuchern ein buntes Programm. Auf Seite 3 finden Sie einen ausführlichen Bericht über die tolle Veranstaltung.

Viel Spaß beim Lesen und ein erfolgreiches Jahresende wünscht Ihnen



Rudi Hofmann

Marketing

Social Media – Anbieter haften für ihre Angebote

Das Internet hat, nach dem es in der Mitte der Gesellschaft angekommen ist, unser aller Leben um eine Vielzahl an Dingen bereichert. Unsere schriftliche Kommunikation wurde durch E-Mails vereinfacht und beschleunigt und Online-Shops haben dem Handel einen zusätzlichen Vertriebskanal beschert. Mit dem Aufkommen von Social Media hat das Internet nun seine nächste Evolutionsstufe erreicht. Und wieder wird Altbekanntes neu interpretiert und um neue Funktionen erweitert.

Rechtsfreier Raum?

Allenthalben hört man von großen Chancen, die sich eröffnen. Aber genauso hört man auch von Risiken und rechtlichen Fallstricken. Wie sieht nun also die rechtliche Seite aus? Zunächst einmal ist festzuhalten, dass das bisherige Recht auch in der neuen Welt gültig ist. Für das Gewinnspiel in einer Zeitschrift gelten die gleichen wettbewerbsrechtlichen Regeln, wie für ein Gewinnspiel auf Facebook. Wie verhält es sich aber mit völligen Neuerscheinungen wie zum Beispiel Twitter? Ist ein Microbloggingdienst eine Art Rundfunk oder vergleichbar mit einer Online-Zeitung und damit presseähnlich? Findet somit der Rundfunkstaatsvertrag oder ein Pressegesetz Anwendung? Mit solchen Fragen sehen sich Juristen konfrontiert, die durchaus ihre liebe Mühe damit haben, altes Recht auf Neuerscheinungen anzuwenden. Es liegt natürlich in der Natur der Sache, dass der Gesetzgeber der Technik folgt und nicht umgekehrt. Erfreulicherweise gibt es mit dem Telemediengesetz (TMG) schon ein Regelwerk für die Online-Welt. Allerdings deckt das TMG nur Teilbereiche wie Impressumangaben und Haftung für Inhalte ab, ein umfassendes Internet-Gesetzbuch gibt es indes nicht. So vielfältig wie die vom Internet gebotenen Möglichkeiten sind auch die darauf anwendbaren Gesetze. Im Folgenden werden einzelne Aspekte von Social Media aufgegriffen und die zu beachtenden Regeln erläutert.

Erste Schritte in sozialen Netzwerken

Die einfachste und gebräuchlichste Möglichkeit ist eine Firmenpräsenz. Mit einem Profil bei Facebook kann sich eine Firma hierdurch einer jungen Zielgruppe präsentieren, sei es als Anbieter von Produkten oder als potenzieller Arbeitgeber. Eine reine Firmenpräsenz ist rechtlich vergleichbar mit einer Webseite. Es bedarf lediglich eines Impressums und der Einholung von Fotorechten. Werbende Aussagen müssen natürlich gleichfalls den fairen Wettbewerbsregeln genügen. Soweit man Produkte aus einer stark regulierten Branche anbietet (z.B. Arzneimittel), sind weitere Vorschriften zu beachten. Falls über ein Firmenprofil neues Personal rekrutiert werden soll, müssen Stellenausschreibungen – genauso wie in Printmedien – nicht-diskriminierend abgefasst werden. Oberstes



Gebot in Social Media ist Aktualität. Eine Firma, die sich hier darstellt, möchte als modern und fortschrittlich wahrgenommen werden. Eine veraltete und ungepflegte Internetpräsenz ist eine Peinlichkeit erster Güte.

Interaktion mit den Verbrauchern

Zu Social Media gehören neben den sozialen Netzwerken auch Videoportale wie z.B. YouTube. Zahlreiche Unternehmen haben hier einen eigenen Kanal eingerichtet, in dem Anleitungsvideos, Produktvideos oder Videos von Referenzprojekten abgerufen werden können. Ebenso finden sich dort vereinzelt Werbespots. Ein guter Werbespot kann neben einer absatzfördernden auch eine imagefördernde Wirkung haben. Erinnert sei dabei an den Werbeclip von VW für den neuen Passat, in dem ein kleiner Junge als Darth Vader verkleidet seine übernatürlichen Fähigkeiten ausprobiert. Kennzeichnend für Social Media ist das Feedback der Nutzer. Diese können im Videoportal Kommentare hinterlassen oder auf dem Firmenprofil Produkte bewerten. Hieraus erhält ein Unternehmen direkt und zeitnah einen Einblick in die Kundenperspektive und kann daran gezielt das Marketing oder eben die Produktentwicklung ausrichten. Bei Foren ist aber Vorsicht geboten: grundsätzlich sind die Kommentare der Nutzer keine firmeneigenen Inhalte. Sobald eine Firma aber das Forum strukturiert, Inhalte redaktionell aufbereitet oder durch einen Moderator steuert, werden die Nutzerbeiträge dem Anbieter, also der Firma rechtlich zugeordnet. Das wird dann zum Problem, wenn unfreundliche Zeitgenossen ein Forum zur politischen Agitation missbrauchen. Je nach Branche kann auch das ehrliche Kundenfeedback eine Firma in Bedrängnis bringen. Verschiedene Pharmakonzerne hatten jeweils eine Präsenz in sozialen Netzwerken, in denen sich Patienten austauschen konnten. Hier von wurde rege Gebrauch gemacht und Patienten veröffentlichten Kommentare über bislang unbekannte Nebenwirkungen. Hierüber

müssen Pharmahersteller die Aufsichtsbehörden unterrichten. Angesichts der schieren Menge an Kommentaren war dies nicht mehr zu bewerkstelligen. Den Herstellern blieb nichts anderes übrig als die Firmenprofile zu löschen

Der Streisand-Effekt

Große Bekanntheit und Popularität eines Unternehmens können bei einem Fehltritt auch rasch ins Gegenteil umschlagen. Eine Firma, die wegen schlechter Arbeitsbedingungen in die Schlagzeilen gerät, kann sehr schnell zur Zielscheibe von Aktivisten und Hackern werden. Durch die enorme Reichweite sozialer Netzwerke kann so ein Imageschaden zum Flächenbrand werden. Gerüchte entwickeln rasch eine unkontrollierbare Eigendynamik und was einmal in der Welt ist, kann man nicht mehr einfangen. Das musste auch die Sängerin Barbra Streisand erfahren. Von ihrem Privathaus gelangte eine Aufnahme ins Internet. Über ihren Anwalt erwirkte sie daraufhin eine Unterlassungsverfügung. Diese führte dazu, dass zwar diese eine Aufnahme entfernt wurde, das gleiche Foto aber binnen kürzester Zeit auf tausenden anderer Webseiten auftauchte. Diesem Verbreitungsgrad war mit wirtschaftlich vernünftigen Mitteln nicht mehr beizukommen. Dass dieses Phänomen nun Streisand-Effekt genannt wird, war der Sängerin vermutlich nur ein schwacher Trost. Fassen wir also zusammen: Social Media versetzen Firmen in die Lage, in kurzer Zeit ein großes Publikum anzusprechen. Die Schnelligkeit und große Reichweite gehen aber mit einer hohen Verantwortung einher. Gut gemeint ist eben noch lange nicht gut gemacht.

Wussten Sie schon...

Neue Widerrufsbelehrung

Seit Anfang August gibt es eine neue Musterwiderrufsbelehrung. Die Umsetzungsfrist endet am 04.11.2011.

Ohne das neue Muster droht die nächste Abmahnwelle. Die gesetzliche Grundlage finden Sie in der Anlage 1 zu Artikel 246 § 2 Abs. 3 Satz 1 EGBGB.

Ansprechpartner

Wolfram Niegemann
Tel. + 49 7931 91 6423
wolfram.niegemann@comgroup.de

Elegante Inventur-Lösung

Bei der Inventur eine Aufwandsminderung von bis zu 70% erreichen mit dem Comgroup-Add-On und dem mobilen Endgerät von OPAL

Eine Anlageninventur durchzuführen ist ein zeitaufwendiger Akt der mit viel Papieraufwand verbunden ist. Üblicherweise werden umfangreiche Listen an die Kostenstellen verteilt, diese werden dann manuell bearbeitet und oft fehlerhaft zurückgegeben. Anschließend wird oft noch intensive Nachbearbeitung in ihrem SAP-System notwendig.

Mit dem Comgroup Anlageninventurprogramm und einem mobilen Computer unterstützen wir Sie, die Arbeiten für die Anlageninventur schneller und einfacher zu gestalten.

Wie funktioniert die Optimierung der Anlageninventur? Zunächst werden Inventurlisten generiert um ihrem Mitarbeiter eine Aufstellung aller in ihrem SAP-System vorhandenen Anlagen zur Verfügung zu stellen. Die generierte Aufzählung kann der Anwender direkt drucken oder z.B. für die Aufteilung der Mitarbeiter oder in das Excel-Format von Microsoft exportieren und nachbearbeiten. Damit die Inventurzähler bei der Erstinventur auch jede Anlage mit der korrekten Anlagen-Nummer auszeichnen, kön-

nen Anlagenetiketten auf einem Drucker entsprechend der Inventurliste gedruckt werden. Der Mitarbeiter hat die Möglichkeit mit dem mobilen Computer an die einzelnen Standorte der Anlagen gehen und mit den Anlagenetiketten auszuzeichnen. Diese Erfassung wird mit dem mobilen Gerät erledigt.

Die gesammelten Daten werden auf dem mobilen Computer gespeichert und mit einem Zeitstempel versehen. Um eine Auswertung zu erhalten, kann mit der Selektion „Auswertung Inventurdaten“ im SAP-System eine entsprechende Liste generiert werden. Somit kann der Anwender auf einen Blick ersehen, bei welchen Anlagen noch keine Inventur durchgeführt oder noch nicht alle Daten erfasst wurden.

Mit dem Einsatz des SAP Anlageninventurprogrammes können Sie pro Jahr eine Aufwandsminderung der Inventurzählung von 70% erreichen. Die Aufwandsminderung der Nachbearbeitung, Zähl- und Zuordnungsfehler liegt nach der Einführung sogar bei 95%.



Ansprechpartner

Uwe Leising
Tel. +49 7531 989126
uwe.leising@comgroup.de

Referenzbericht

Bewährte Partnerschaft – erfolgreiches SAP-Upgrade

Sanitär-Heinze setzt auf SAP ECC 6.0

SANITÄR HEINZE

Sanitär-Heinze, Fachgroßhändler für Bad, Heizung und Haustechnik mit 21 Standorten in Bayern, Sachsen und Österreich, setzt seit mehreren Jahren das Warenwirtschaftssystem der SAP für seine gesamte Prozesskette ein. Comgroup führte im Unternehmen bereits im Jahr 2007 ein Großhandelstemplate auf Basis von SAP 4.7 ein, um den Grundstein für Wachstum und Prozesssicherheit zu legen.

Um auch weiterhin alle Vorteile einer Standardsoftwarelösung nutzen zu können, fiel bei Sanitär-Heinze im Dezember 2010 die Entscheidung, das vorhandene SAP-System auf den derzeitigen Standard ECC 6.0 mit Enhancement Package 4 zu aktualisieren.

Das Unternehmen aus Freilassing wählte als Partner wieder Comgroup für das Upgrade. Das Projekt wurde im Dezember 2010 gestartet. Bereits im Mai 2011 – sechs Monate später – wurde das Upgrade-Projekt unter Einhaltung der Zeit- und Budgetvorgaben erfolgreich beendet.



Der Erfolg des Projektes basierte auf den folgenden Faktoren:

- Regelmäßige Kommunikation zwischen dem Projektleiter von Sanitär-Heinze und der Comgroup
- Sowohl in der Konzeptionsphase als auch in der Testphase waren die Berater der Comgroup vor Ort präsent
- Das Vorhalten des Produktsystems mit dem alten Software-Release. Dies ermöglichte die Differenzierung zwischen normalem Support und tatsächlichen Upgrade-Problemen
- Kompletter Entwicklungsstopp bei Sanitär-Heinze nach dem Upgrade des Sandbox-Systems.

Nicht zuletzt war die partnerschaftliche Zusammenarbeit der beteiligten Berater von Comgroup, Advanced Solutions, OMC und ConSense sowie den Mitarbeitern von Sanitär-Heinze der grundlegende Erfolgsfaktor. OMC und ConSense betreuen gemeinsam mit Comgroup die Softwarelösungen von Sanitär-Heinze. Über alle Projektphasen des Upgrades hinweg wurde kompetent auf Herausforderungen reagiert und Probleme konnten so schnell beseitigt werden. Nach dem erfolgreichen Upgrade können die 760 User nun mit einer Datenbasis von 1TerraByte arbeiten.

STECKBRIEF

Sanitär-Heinze

Standort:
Freilassing sowie 21 Niederlassungen in Bayern, Sachsen und Österreich
Branche:
Sanitär-Großhandel
Produkte und Services:
Sanitär, Heizung, Haustechnik für das Fachhandwerk
www.sanitaer-heinze.de

Ansprechpartner

Robert Leuze
Tel. + 49 7931 91 6470
robert.leuze@comgroup.de

Tag der offenen Tür

Die Comgroup GmbH präsentiert sich beim Tag der offenen Tür auf dem Industriepark Würth

Am 17. und 18. September fand bereits zum dritten Mal der „Tag der offenen Tür“ auf dem Industriepark Würth statt. Über 80.000 Besucher fanden trotz des eher durchwachsenen Wetters an diesem Wochenende den Weg nach Bad Mergentheim. Insgesamt 186 Aussteller vermittelten den Gästen der Veranstaltung ein buntes Bild der Region, Deutschlands und Europas.

Das Ziel der Comgroup, sich als attraktiver Arbeitgeber aus der Region zu präsentieren, wurde voll erreicht. Ein imposanter Showtruck bildete das Zentrum der Comgroup-Ausstellungsfläche. Die interessierten Besucher konnten sich umfassend über unser Angebot an Praktikumsstellen, freien Jobs, Ausbildungs- oder Studienplätzen informieren.

Eine Novität war der Zugriff auf alle aktuellen Stellenangebote und Ausbildungs- bzw. Studienplätze über sogenannte QR-Codes. Die QR-Codes wurden auf Displays und Informationsmaterial direkt platziert und ermöglichen einen direkten Zugriff von einem Smartphone aus auf die jeweilige Website mit dem Jobangebot. Die Comgroup Website wurde ebenfalls neu gestaltet und pünktlich zum Tag der offenen Tür live geschaltet.

Seine Premiere am Tag der offenen Tür hatte auch der neue Comgroup Imagefilm. Er zeigt den Arbeitsalltag verschiedener Mitarbeiter des Unternehmens vom Azubi bis zum international tätigen Berater. Um die zahlreichen Besucher entsprechend zu unterhalten, bot die Comgroup in Zusammenarbeit mit der „Schule im Taubertal“ eine Spielstraße für Kinder an.

Ihre Geschicklichkeit unter Beweis stellen konnten die Besucher auf dem Comgroup-Segway-Parcours. Ein ferngesteuerter Roboter rundete das Unterhaltungsprogramm ab.

Eine Ruhezone auf dem Dach des Showtrucks sorgte für die Entspannung der Besucher. Bei einem kühlen Cocktail konnte man das Messetreiben in Ruhe beobachten.



Hei Suomi - Hallo Finnland

Die Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter hat in der weltweit aufgestellten Würth-Gruppe einen hohen Stellenwert. Neben fachlichen Fähigkeiten und Fertigkeiten werden zudem soziale Kompetenz und Persönlichkeitsentwicklung gefördert – auch über die Landesgrenzen des Würth-Konzerns hinaus.

„Welcome to Finland. Hope you had a pleasant flight. We have to hurry up, our first meeting is scheduled at 3 o'clock.“ Mit dieser bestimmten aber dennoch freundlichen Begrüßung empfing die Leiterin der IT-Abteilung der Würth-Finnland, einer Tochtergesellschaft der Würth-Gruppe, ihren deutschen Kollegen am Flughafen von Helsinki. Für sechs Wochen verabschiedete sich Marco Schmidt von seinem deutschen Arbeitgeber, der Comgroup GmbH, um in Finnland eigenverantwortlich ein Projekt durchzuführen.

Der Auszubildende erarbeitete dort mit seinen finnischen IT-Kollegen einen Prozessworkflow. Dieser ermöglicht dem Produktmanagement, ohne technische Vorkenntnisse von einer zehnstelligen Produktnummer auf die im Konzern übliche 18-stellige Artikelnummer umzustellen. Dafür wurden Konzepte und Programme entwickelt, ständige Rücksprachen gehalten und Mitarbeiter geschult.

Die anfänglichen Bedenken, den Anforderungen der neuen Kollegen nicht gerecht zu werden oder sich nicht verständigen zu können, wichen umgehend dem Enthusiasmus und Tatendrang, die gestellte Aufgabe eigenverantwortlich betreuen zu dürfen. Während der gesamten Projektphase standen Marco Schmidt sowohl die finnischen wie auch die deutschen Kollegen für Fragen und Probleme hilfsbereit zur Seite. Marco Schmidt erinnert sich: „Verantwortung im Kontext einer Projektführung, in einer anderen Arbeits- und Lebenskultur zu übernehmen, war für mich persönlich eine äußerst gewinnbringende Erfahrung, bei der ich meine Anpassungsfähigkeit, Flexibilität und mein Engagement für mein Unternehmen unter Beweis stellen konnte.“

Mit einer kleinen Überraschungs-Abschiedsparty auf finnische Art bedankten sich die Mitarbeiter von Würth-Finnland bei ihrem deutschen Kollegen für seine Unterstützung.



Ansprechpartner

Anastasia Meinikheim
Tel. + 49 7931 91 6427
anastasia.meinikheim@comgroup.de

Wussten Sie schon...,

Frau Gabriele Sirges wird ab November 2011 das Team SAP FI leiten. Herzlichen Glückwunsch und viel Erfolg bei der neuen Aufgabe!



Vorstellung

Team „SAP SD“ bei der Comgroup

Der Vertrieb von Waren und Dienstleistungen ist so facettenreich wie die Kunden und Absatzmärkte eines Unternehmens: Die dazugehörigen Vertriebsprozesse reichen von Presales-Aufgaben über die Auftragsabwicklung und -erfüllung bis hin zur Fakturierung und Nachbetreuung des Kunden. Dabei sollte berücksichtigt werden, dass sowohl Skaleneffekte genutzt und Prozesskosten optimiert werden, als auch der individuelle Kundenkontakt gepflegt werden kann.

Das Team SAP SD bei Comgroup unterstützt die Kunden bei der Umsetzung und Optimierung dieser Geschäftsprozesse. Das Leistungsangebot umfasst hierbei die prozess- und IT-bezogene Beratung sowie auch die Umsetzung in den Vertriebskomponenten der SAP-Software. Das Team verfügt dazu über erfahrene SAP Berater und Entwickler, welche die Kunden in Projekten von der Neuinstallation bis hin zur Optimierung ausgereifter SAP-Systeme begleiten.

Der Fokus aller Vertriebsaktivitäten liegt dabei auf dem Kunden – und das über alle Organisationseinheiten, Systemgrenzen und Vertriebskanäle hinweg. Eine wichtige Aufgabe ist es daher, das Zusammenwirken der beteiligten Parteien und Systeme reibungslos zu gestalten. Dies beginnt bei der Bedienbarkeit einzelner Softwarekomponenten und endet bei deren Zusammenspiel. Das Team SAP SD unterstützt seine Kunden beispielsweise bei der Anbindung von eCommerce-Lösungen an das SAP-System ebenso wie bei der Integration des Vertriebsaußendienstes oder von Kundensystemen durch elektronischen Datenaustausch (EDI).



Von links hintere Reihe
Marc Rüger, Marco Kreis, Harald Haible, Susanne Schott, Simon Euring
Vordere Reihe

Hans Rösler, Hubert Hernadi, Sandra Schaub, Alexander Klotz, Jan Wiedenmann, Andreas Braun
Es fehlen: Duran Alp, Katharina Schuch, Ulla Sperlbaum und Jürgen Wachter

Neben dem reichen Erfahrungsschatz im Vertriebssektor ist dem Team SAP SD der Blick über den Tellerrand sehr wichtig. Die intensive Zusammenarbeit mit den anderen Comgroup SAP-Modulteams und die Kenntnis anderer SAP-Module ist daher selbstverständlich. Schließlich kann der Vertrieb nur im intensiven Austausch mit den anderen Funktionsbereichen eines Unternehmens seine volle Leistungsfähigkeit entfalten.

Ansprechpartner

Andreas Braun
Tel. + 49 7931 91 6486
andreas.braun2@comgroup.de

IMPRESSUM

Verantwortlich für den Inhalt,
Redaktion, Koordination:
Petra Frauenschuh, Rudi Hofmann

Comgroup GmbH
Industriepark Würth
Drillberg 6
97980 Bad Mergentheim
Tel. +49 7931 91-6400
Fax +49 7931 91-6401
info@comgroup.de
www.comgroup.de

Die Redaktion bedankt sich bei allen
Fachabteilungen für ihre Beiträge.