

Mit Kundenbeziehungsmanagement besser durch die Krise

Die Vorteile einer guten Verwaltung von Kundendaten und einer aktiven Pflege von Kundenbeziehungen zeigen sich gerade in wirtschaftlich schweren Zeiten. Eine geeignete Softwarelösung ist dabei unverzichtbar.

KOMPAKT

- ▶ CRM ist in der gegenwärtigen Krise ein absolutes Muss
- ▶ Über ein Drittel der 145 Hersteller bietet Branchenlösung
- ▶ Nicht einmal die Hälfte aller Unternehmen nutzen CRM-Lösung

AUCH IN 2008 hielt der Aufwärtstrend bei Projekten für Customer Relationship Management (CRM) erfreulicherweise an, nachdem immer mehr Unternehmen von der Bedeutung eines professionellen Kundenbeziehungsmanagements überzeugt waren. Die Anfang dieses Jahres aufkommende Krisenstimmung verlangsamte die Nachfrage zwar spürbar, konnte aber den Trend nicht stoppen. Die für Prognosen und Planung Ver-

antwortlichen haben es seither etwas schwerer, ihre Entscheider in der Geschäftsführung davon zu überzeugen, gerade jetzt in CRM zu investieren.

Viele Projekte werden daher auf unbestimmte Zeit auf Eis gelegt, wenn kein kurzfristiger Return on Investment nachgewiesen werden kann. Bei den CRM-Projekten geht es daher vorrangig um nachweisbare Effizienzsteigerung und Kostensenkung. Die Überzeugung von der Notwendigkeit von Maßnahmen zur Steigerung der Kundenorientierung allein reicht in dieser Zeit nicht aus.

Wenn nicht jetzt CRM, wann dann?

Vieles spricht dafür, dass das Thema CRM bei den Unternehmen angekommen ist. Mehr als 20 Prozent der Befragten einer im Herbst 2008

durchgeführten Marktbefragung im B2B-Markt ordneten ihre Position unter CRM-Manager, Leiter CRM und Leiter Kundenmanagement ein. Eine solche Institutionalisierung wäre vor drei Jahren noch undenkbar gewesen.

Auch wenn nach einem Zitat der Bundeskanzlerin 2009 ein Jahr der schlechten Nachrichten werden würde, konnte dies den Optimisten im CRM-Lager, weder den Anwendern noch den Anbietern, nicht den Wind aus den Segeln nehmen. In Anlehnung an den Song der Handball-Nationalmannschaft („Wenn nicht jetzt ... , wann dann?“) war auch auf der CeBIT die Stimmung unter den Ausstellern besser als erwartet.

Auch eine aktuelle Studie der weltweit tätigen Beratungsfirma Capgemini im deutschsprachigen Markt bescheinigt dem Thema CRM eine gewisse Krisenfestigkeit. Auch wenn 40 Prozent der IT-Budgets für 2009 unmittelbar von der Krise betroffen sind, zählt CRM zu den Themen, die kaum unter Kürzungen zu leiden haben (vgl. auch Seite 10). Einer anderen kürzlich im Mittelstand durchgeführten Befragung von Xact4u Strategy Consulting zufolge wollen 54 Prozent der Befragten ihre CRM-Maßnahmen in 2009 forcieren und messen der Kundenbetreuung höchste Priorität bei. CRM wird von 59 Prozent als eine generelle und damit konjunkturunabhängige Aufgabe gesehen. Dennoch muss sich ein Drittel der CRM-Verantwortlichen in 2009 mit geringeren Budgets zufriedengeben.

Diese Aussagen bestärken die Befürworter eines antizyklischen Ver-

CRM-Marktspiegel 2009 mit 145 CRM-Systemen



Einen aktuellen Überblick über den Softwaremarkt für das Kundenbeziehungsmanagement (Customer Relationship Management) gibt die 17. Neuauflage des CRM-Marktspiegels von schwetz consulting. Insgesamt wurden 145 CRM-Systeme für den Business-to-Business-Markt registriert und vorgestellt. Gegenüber 2008 konnten zehn neue CRM-Anbieter qualifiziert werden. Damit hat das meist sehr aufwendige und wenig erfolgreiche Googeln nach geeigneter CRM-Software ein Ende.

Der CRM-Marktspiegel hat sich seit 1992 besonders für eine qualifizierte Vorauswahl in Frage kommender CRM-Lösungen bewährt. Auf der Internet-Plattform www.crmforum-expo.de ergänzt der IT-Matchmaker des Partners Trovarit AG den Marktspiegel um eine Online-Übersicht mit der Möglichkeit von gezielten Recherchen.

Der CRM-Marktspiegel 2009 hat einen Umfang von 525 Seiten und kostet 300 Euro zzgl. Versandkosten und MwSt.. Bestellung über www.schwetz.de

Der Autor



Wolfgang Schwetz ist Inhaber von schwetz consulting und zählt seit fast 20 Jahren zu den führenden herstellerneutralen CRM-Beratern.

haltens, gerade dann, wenn die Nachfrage sinkt und das Potenzial zurückgeht, in Maßnahmen zur Kundenorientierung zu investieren, speziell zur Kundenbindung und Neukundengewinnung. Wenn CRM bisher im B2B-Markt oft noch „Nice-to-have“ war, ist es angesichts der angespannten Lage zum absoluten Muss geworden. In der Tat haben die Unternehmen, die bereits auf der Basis einer Strategie der Kundenorientierung mit einem CRM-System arbeiten, jetzt einen Vorteil gegenüber den Wettbewerbern, die noch im Nebel stochern, wenn es um das Wissen über Kunden und Interessenten geht.

Für Holger Dannenberg, Vertriebsexperte und Partner bei Mercuri International, kommt es jetzt darauf an, aktiv auf die Kunden zuzugehen und sich als Partner für die Krise zu profilieren. Akquisition und Neukundengewinnung sind unabdingbar. Dafür werden mehr Vertriebsaktivitäten benötigt als in guten Zeiten, weil die Kaufprozesse komplexer geworden sind. Glücklicherweise sind nicht alle Branchen gleichermaßen von der Finanz- und Wirtschaftskrise betroffen. Zu den Ausnahmen gehören der Gesundheitsmarkt und die Medizinbranche.

CRM-Anbieter melden zweistelliges Wachstum

Weitere positive Signale für CRM liefern die Anbieter von CRM-Software, im deutschsprachigen Markt 2009 mit knapp 150 Herstellern ähnlich gut vertreten wie im Vorjahr. Der weltweit führende Anbieter von On-demand-CRM-Lösungen, Salesforce.com, der sich inzwischen auch als Spezialist für Cloud Computing vermarktet, meldete für das im Januar 2009 zu Ende gehende Geschäftsjahr einen Umsatzanstieg von 34 Prozent im letzten Quartal. Dabei stieg der Gewinn um 86 Prozent gegenüber dem Vorjahr.

Die Kölner FlowFact AG blickt auf ein sehr erfolgreiches Geschäftsjahr 2008 zurück. Mit einem Umsatzwachstum von 22 Prozent und zehn zusätzlichen Mitarbeitern sicherte sich die FlowFact AG nach eigenen Angaben ihre Position als Marktführer für Customer-Relationship-Management(CRM)-Lösungen in der Immobilienwirtschaft.

Die Wiener update software AG, führender Anbieter von CRM-Lösungen für mehrere Branchen, hat mit einem Gesamtjahresumsatz von fast 37 Millionen Euro und einem operativen Gewinn von vier Millionen Euro in 2008 das beste Ergebnis seit ihrem Bestehen geliefert.

Auch die CAS Software AG in Karlsruhe beschloss das zurückliegende Geschäftsjahr 2008 Fortsetzung Seite 42 

Marktrelevante Lösungen für Customer Relationship Management (CRM) im Überblick

Quelle: CRM-Marktspiegel 2009		Allgemeine Angaben				Zielgruppe (Unternehmensgröße)			Branchenfokus		Web-Clients		Besonderheiten	
Anbieter	System	Gründungsjahr Anbieter	Anzahl Mitarbeiter weltweit	Erstinstallation	Anzahl Installationen weltweit	Kleinere Unternehmen	Mittlere Unternehmen	Große Unternehmen	Hochspezialisierte Branchenlösung	Mittlere Spezialisierung	Branchenunabhängige Lösung	Web- bzw. Thin-Clients mit eingeschränkter Funktionalität		Web- bzw. Thin-Clients mit vollständiger Funktionalität
24SevenOffice Deutschland	24SevenOffice CRM	1996	80	1998	6000	●					●		●	100% webbasiert
Abex Software AG	Abex Visual-Adress	1986	3	1986	20000	●					●			
acomHOLDING GmbH	Maximizer Enterprise	2000	15	1994	180	●	●	●			●	●	●	
Actricity Deutschland GmbH	Actricity CRM Portal	1995	70	2002	2	●	●	●		●		●	●	webbasiert,Service
ADITO Software GmbH	ADITO online	1988	45	2004	650	●	●	●			●	●	●	
AKD Unternehmensberatung GmbH	AKD-CRM	1993	30			●	●	●			●			Lotus Notes, Projektmanagement
AS/point Software und Beratungsgesellschaft mbH	CRM evo-one	1995	37	2003	27	●					●			Lotus Notes
AS/point Software und Beratungsgesellschaft mbH	CRM ION/5	1995	37	2002	58	●	●	●		●				Windows, IBM System i
audius GmbH	sales.net	1991	200	1996	25	●	●	●		●		●		
B&R DV-Informationssysteme GmbH	SMARTCRM	1992	35	1998	350	●	●			●			●	
B&R DV-Informationssysteme GmbH	printCRM	1992	35	2006		●	●		●					Verlage
BMU Beratungsgesellschaft Mittelständischer Unternehmen GmbH	BMU-MSS	1980	30				●				●		●	IBM System i, BlackBerry
bowi GmbH	PortInfo	1987	20	1992	5000	●	●	●		●				
bpi solutions gmbh & co.kg	Sales Performer	1982	40	1996	150	●	●			●				Möbelbranche
Brain Force Software GmbH	FINAS	1983	1200	1995	6			●		●		●		Finanzdienstleister
BSI Business Systems Integration AG	BSI CRM	1996	130	1992	17000			●			●			
Buchholz Software GmbH	InfoAgent	2004	8	2004	500	●	●		●					Versicherungsmakler
camos GmbH	camos.Selling	1986	56	1999	70	●	●	●		●				Produktkonfiguration, Maschinenbau
CAS Computer Anwendungs- und Systemberatung AG	CPVerx	1985	220	1999	200		●	●	●					Lebensmittel, Konsumgüter
CAS Software AG	CAS genesisWorld	1986	150	1998	1900	●	●	●			●	●	●	
Cegedim Dendrite	TEAMS	1969	8000	1999	600			●	●			●		Pharmabranche
Cegedim Dendrite	ad>direkt	1969	8000	1999				●	●					Pharmabranche
Chordiant Software International GmbH	Chordiant 6.2	1997	281	1997	152			●			●	●		Telekommunikation, Versicherungen, Finanzdienstleister
chors GmbH	s@m sales & s@m campaign	1997	14	2000	16			●			●		●	Finanzdienstleister
Clients-Guide	CRM Software Clients-Guide	1999		2000	210	●					●			
cobra computer's brainware GmbH	cobra CRM PLUS	1985	37	1987	1150	●	●	●			●	●		
cobra computer's brainware GmbH	cobra Adress PLUS	1985	37	1987	11000	●					●	●		
combit GmbH	combit Relationship Manager	1988	37	2004	600	●	●	●			●			
CompAS Ges. für Unternehmensoptimierung mbH	CompAS Consumer	1993	12	1993	460	●	●			●		●		Lebensmittel, Konsumgüter
Consolidate Software GmbH & Co.	Consolidate	1996	1	1998	350						●	●		
Contactive Ltd.	contActive CRM	2006		2006		●	●				●		●	
CRIXP Corp.	openCRX	2003	5	2004	70			●			●	●	●	Open Source
CURSORS Software AG	CURSORS-CRM	1987	75	2004	50	●	●	●			●	●		
CURSORS Software AG	EVI	1987	75	1998	110	●	●	●	●					Energieversorgung
Distler Company GmbH	TravelPro BEMA	1990	134	1994	30			●		●				Pharmabranche
Dr. Glinz COVIS GmbH	COVIS	1988	49	1988	3500		●	●			●		●	
EMPRISE Systemhaus GmbH	MFplus	1994	30	1996	20	●	●	●		●			●	Fundraising, Non-Profit-Org.
EMPRISE Systemhaus GmbH	RMeasy	1994	30							●				Energiemarkt
FABIS Bertram Strätz	FABIS basic	1988	2	1989		●	●	●			●	●	●	On-Demand
FlowFact AG	FlowFact	1985	85	1985	5500	●	●	●	●			●		Immobilienmakler
froMOS GmbH	froMOS-BMS Business Management System	1994	2	1995	60	●					●			
FrontRange Solutions Deutschland GmbH	GoldMine Sales & Marketing	1989	750		200000						●	●		
GEDYS IntraWare GmbH	GEDYS IntraWare CRM	1989	72	1987	900	●	●	●			●	●		Lotus Notes
GIS Ges. für Informations Systeme mbH	GIS CRM	1995	55	1997	150	●	●	●			●	●		Lotus Notes
Glaux Soft AG	evidence CRM	1996		2002	220	●	●	●			●	●	●	
Grutzeck-Software GmbH	AG-VIP SQL	1979	11	2003	227	●	●	●			●			
Harmony Software AG	Harmony	1986	22	1986	2500	●					●			
Haus Weilgut GmbH Computer Conception	Weilgut CRM Suite	1985	23	1989	495	●	●			●				Lotus Notes
Infoman AG	Infoman CRM Branchenlösung	1998	70	2004	22	●	●	●		●				Maschinenbau
IT Informatik GmbH	IT-CRM	1987	148	2000	945		●	●			●			
ITML GmbH	ITML > CRM	1998	100	2001	35	●	●	●					●	basiert auf SAP ERP

Marktrelevante Lösungen für Customer Relationship Management (CRM) im Überblick

Quelle: CRM-Marktspiegel 2009		Allgemeine Angaben				Zielgruppe (Unternehmensgröße)			Branchenfokus			Web-Clients		Besonderheiten
Anbieter	System	Gründungsjahr Anbieter	Anzahl Mitarbeiter weltweit	Erstinstallation	Anzahl Installationen weltweit	Kleinere Unternehmen	Mittlere Unternehmen	Große Unternehmen	Hochspezialisierte Branchenlösung	Mittlere Spezialisierung	Branchenunabhängige Lösung	Web- bzw. Thin-Clients mit eingeschränkter Funktionalität	Web- bzw. Thin-Clients mit vollständiger Funktionalität	
julitec GmbH - Wir machen Software einfach!	julitecCRM	1999	16	2002	375	●	●				●			
KUMATronik Software GmbH	DocHouse CRM für Lotus Notes	1992	27	1995	22000	●	●	●			●			Lotus Notes
Laurus IT Inspiration AG	LAURUS CRM OFFICE MANAGER	2002	4	2002		●	●	●			●			Lotus Notes
LOGO consult AG	CIS	2000	20	1993	20000	●	●	●	●				●	Transport und Logistik; auch On-Demand
Lothar Geyer EDV-Berater	TelMarkt	1991	5	1996	230	●	●				●			
maytec.net GmbH	easySales	1999	5	1999		●					●			
merkaron GmbH	ProfitSystem	1985	65	1993	1070		●	●		●		●	●	Getränkeindustrie
Microsoft Deutschland GmbH	Microsoft Dynamics CRM	1983		2003	15500	●	●	●			●		●	
MSP Systems GmbH	MX-Contact	1990	40	2000	100	●	●				●			
NEW VOICE GmbH	eCRM Dialog	2000	90	2000	40	●	●				●	●	●	
Notes-Werkstatt	Pico-CRM	2002	5	2004	18	●					●	●		Lotus Notes
oceans GmbH	Oceans CRM	2004	33	1991	1535	●	●	●			●	●		
oPen Software GmbH	oPenCAS, oPenCAS.NET	1992	7	1998	43	●	●				●		●	Tablet-PC
optadat@com Entwicklung moderner System-Software GmbH	eva/3	2000	1200	2005		●	●	●					●	Medizintechnik, Orthopädie
ORACLE	Siebel CRM	1977	80000	1995	4250		●	●			●			über 20 Branchenlösungen
orgAnice Software GmbH	orgAnice CRM	1992	15	1992	20000	●	●				●		●	
Passus GmbH	PharmaData	1988	25	1988	20	●	●		●					Pharmabranche
PAVONE AG	PAVONE CRM / Sales	1994	42	1999	1500	●	●	●			●		●	Lotus Notes
Pharmakon Software GmbH	C-World	1996		2001		●	●	●	●				●	Pharmabranche
PiSA sales GmbH	PiSA sales	1989	38	2003	35		●	●		●		●		Maschinenbau; Angebotskonfiguration
PROTEAM Innovative Softwarelösungen GmbH	ORGASALES	1996	15	1996	200			●			●	●	●	
Qurius Deutschland AG	CRMevent	1996	1100	2009	1	●	●	●	●				●	Theater, Opernhäuser, Eventveranstalter
Qurius Deutschland AG	CRMequity	1996	1100	2009	1	●	●	●	●				●	Private Equity
Relavis Corporation	Relavis CRM	1986	5	1993	700	●	●			●			●	Lotus Notes
RightNow Technologies Dtl. GmbH	RightNow CRM	1997	700		1900			●						Handel, Telecom; auch On-Demand
Sage Software GmbH & Co. KG	ACT!	1983	15000	1985	2,6 Mio	●					●			
Sage Software GmbH & Co. KG	Sage CRM	1983	15000	2006		●	●				●		●	webbasiert
Sage Software GmbH & Co. KG	SalesLogix	1983	15000	1996	7000	●	●				●		●	
salesforce.com	salesforce.com	1999	2300	1999	35300	●	●	●			●	●	●	On-Demand
SAP Deutschland AG & Co. KG	SAP CRM	1972	42772	1999		●	●	●	●					über 20 Branchenlösungen
Saratoga Systems GmbH / CDC	Saratoga CRM	1987	2200	1987	50		●	●			●		●	
scholz.msconsulting GmbH	Vemas	1978	20	1996	160	●	●			●		●	●	
Selligent GmbH	Selligent X@	1987	80	1991	950	●	●	●			●		●	
SERVICEPORTALS GmbH	CRM spo.C	2005	11	2005	28	●	●				●	●	●	
Skill COMMERCIAL IT-Solutions GmbH	COMMERCIAL Sales CRM	1985	10	1985	700	●	●		●					
SoftConDev Ltd.	ABS Allfinanzbestandssystem	2005	13	1988	120	●	●	●	●					
SoftConDev Ltd.	BBS branchenneutrales Bestandssystem	2005	13	1992	120		●		●		●	●		
SoftConDev Ltd.	KaMIS Kontakt Management und Informations-System	2005	13	1998		●	●		●		●			
solvito GmbH	solvito.CRM	2002	10	2002	30	●	●	●			●			Lotus Notes
SugarCRM Deutschland GmbH	Sugar Professional	2004	180	2004	4000		●	●			●		●	Open Source
Sumerasoft	Kontaktmanager CRM	2002	4	2005		●	●				●			
SuperOffice GmbH	SuperOffice	1994	240	1994	15000	●	●				●	●		
Team4 GmbH	Team4 CRM	1996	30	2001	100	●	●			●				Lotus Notes
Tesla CRM Software GmbH	JTheseus	1987	21	2001	200	●	●				●	●	●	
UNIQUARE Financial Solutions GmbH	UNIQUARE Business-Management	1988	150	1993	250		●	●	●				●	Banken
update software AG	CRM-Suite update.seven	1988	276	1988	1000		●	●		●		●	●	Finanzdienstleister, Pharmabranche, Investitionsgüter, Medien
weburi.com GmbH	iExtensions CRM	2000	15	1993	600	●	●	●			●		●	Lotus Notes
WICE GmbH	WICE CRM-Groupware	2001	7	2004	60	●							●	Open Source, On-Demand
YouAtNotes GmbH	YouAtNotes CRM	2000	15	2003	121	●	●	●			●			Lotus Notes

☞ Fortsetzung von Seite 39

mit einem Rekordergebnis: Der CRM-Hersteller erzielte einen Zuwachs von 34 Prozent bei den CRM-Produkten. Zu den Erfolgsfaktoren gehören nach Ansicht des Unternehmens unter anderem 140 zertifizierte Vertriebspartner, davon 40 internationale, die in 17 Ländern für die Verbreitung von *CAS genesisWorld* sorgen, das aktuell in zwölf Sprachen verfügbar ist. Zahlreiche CRM-Branchenlösungen komplettieren die Angebotspalette.

Die Cursor Software AG, seit 22 Jahren Anbieter im CRM-Markt, begegnet der Krise mit Taten und verdoppelte auf der CeBIT 2009 die Standgröße. Bei dem CRM-Spezialisten stieg 2008 der Auftragseingang um 35 Prozent.

Der CRM-Anbieter Infoman AG, Branchenspezialist für den Maschinenbau, hat zum Jahreswechsel ein neues, größeres Domizil in Stuttgart bezogen. Damit schafft das Management nach eigenen Aussagen ein zukunftsweisendes Umfeld für das expandierende Beratungs- und IT-Lösungshaus. Das Geschäftsjahr 2008 prägte trotz schwierigerer Marktbedingungen erneut ein zweistelliges Wachstum.

Diese Erfolgsmeldungen sind Ausdruck einer zukunftsweisenden Geschäftsstrategie einiger führender Anbieter, die in der derzeitigen Krise

auch eine Chance für eine weitere Profilierung im CRM-Markt sehen. Der Wettbewerb unter den rund 150 Softwareherstellern von CRM-Systemen wird sich aufgrund des Rückgangs der Nachfrage weiter verschärfen und auf der Anbieterseite auch Opfer fordern.

Mittelstand als wichtigste Zielgruppe

Deutlich weniger Wettbewerb haben die Branchenspezialisten unter den CRM-Anbietern. Das haben die Erfahrungen in der Vergangenheit deutlich gezeigt. Von den rund 150 CRM-Anbietern, die die aktuelle 17. Neuauflage des CRM-Marktspiegels beschreibt, sind 38 Prozent mit einer Branchenlösung vertreten, einige wie Flowfact, Update oder SAP auch mit Lösungen für mehrere Branchen. Die CRM-Systeme stammen zu 77 Prozent von selbständigen Softwarehäusern, im Gegensatz zu 23 Prozent integrierter Modulen von ERP-Systemen.

Hinsichtlich des Alters und der Erfahrung der CRM-Anbieter wurden 70 Prozent der Anbieterfirmen vor 1997 gegründet. Jedoch stammen nur 42 Prozent der heute angebotenen CRM-Systeme aus der Zeit, als noch Computer Aided Selling (CAS) und Salesforce Automation diskutiert wurde,

die Mehrheit wurde nach dem Wandel dieser Konzepte zu CRM eingeführt.

Ob sich die gegenwärtige Konjunkturkrise für den On-Demand- und Software-as-a-Service-Markt mit den Mietlösungen günstig auswirken wird, wird vielfach diskutiert. Einige Anbieter scheinen davon überzeugt und verstärken ihre Bemühungen in diesem Markt, wie die CAS Software AG mit der preiswerten Lösung für Kleinunternehmen PIA für weniger als 20 Euro pro Monat pro Anwender. On-Demand-Angebote von CRM-Lösungen bieten inzwischen fast alle Softwarehersteller an, teilweise kommen diese Angebote auch von den Partnern der Anbieter, wie bei Microsoft.

Von der Zielgruppeneignung der CRM-Systeme bildet der Mittelstand mit mehr als 90 Prozent die größte Gruppe. Hier liegt auch das nach wie vor größte Potenzial für die CRM-Anbieter: Denn noch immer dürfte der Anteil der Unternehmen, die noch kein CRM-System einsetzen, deutlich über 50 Prozent liegen. Wenn in jeder Krise eine Chance liegt, dann könnte der verschärfte Wettbewerb unter den Lösungsanbietern jetzt zu günstigen Konditionen für die neuen CRM-Anwender führen. Wenn nicht jetzt, wann dann? ◀

Neuer Client verbindet CRM-Module einfacher mit SAP ERP

Die SAP-Add-On-Lösungen für das Customer Relationship Management (CRM) und das Customer Service Management (CSM) der ITML werden über eine neue Benutzeroberfläche direkter mit SAP ERP verbunden. Der so genannte *ITML > Smart Business Client* bietet Möglichkeiten für das Adress-Management, das Verfassen von Besuchsberichten, die Auswertung von Vertriebsdaten sowie für die Rückmeldung von Service-Technikern im Außendienst, aber auch für die einfache Ablage und Verwaltung von Dokumenten, heißt es von Seiten des Herstellers. Hinzu kommt eine grafische Plantafel für die Anzeige von Arbeitsvorräten und die Einplanung von Mitarbeitern zu Aufgaben. Mit dem neuen, vorgestellten Client sei es zudem möglich, bei der Arbeit zwischen Online- und Offline-Modus zu wechseln – und zwar in derselben Benutzeroberfläche. Dazu gibt der Hersteller ein Beispiel: Ein Außendienstmitarbeiter gibt während einer Bahnfahrt über den *ITML > Smart Business Client* auf seinem Notebook Besuchsberich-

te ein. Das mobile Gerät befindet sich im Online-Modus und ist via Internet direkt mit SAP ERP verbunden. Kommt es nun unerwartet zu einem Verbindungsabbruch, wechselt der Client automatisch in den Offline-Modus, der Mitarbeiter kann seine Arbeit ohne Unterbrechung fortsetzen. Technisch gesehen sei dies möglich, weil nach einer Cache-basierten Methode Kopien der Stamm- und Bewegungsdaten auf dem Laptop zwischengespeichert sind. Sobald die Internet-Verbindung wiederhergestellt ist, erfolge umgehend der Datenabgleich mit der SAP-Software. Aussehen und Handhabung der Oberflächen orientieren sich laut ITML an Microsoft Office. Die Anwender können mit dem *ITML > Smart Business Client* auf ihren Einstiegsseiten die Informationen zu Kunden, Besuchsberichte sowie Auswertungen per Drag&Drop nach individuellen Anforderungen gestalten. Darüber hinaus lassen sich den Angaben zufolge Vertriebsdaten nach verschiedenen Kriterien auswerten. dk