



Moderne Ernährung:

Vielfalt statt Langeweile

Kunden involvieren

Digitale Lösungen bieten
Zukunftspotenzial

PAARI® und die Ameise

Integrative Lösungen bei
Wägeprozessen

OPS-Power-Workshops

Abwechslungsreich, spannend,
kurzweilig, lösungsorientiert.

Ziel-Sprung



Hindernisse überwinden

Man muss immer alle Facetten eines Unternehmen trainieren, wenn man es fit und krisenfest halten will. Dazu zählt Führungswille ebenso wie Freude am Erneuern, Mut zum Ändern, Kraft zum Durchsetzen. Dazu gehört das Managen der Ressourcen und Partner wie das Erobern neuer Märkte und Chancen. Das Netzwerk der Besten und seine Erfahrungen können helfen! Kommentare bitte an op@op-pt.de.
Herzliche Grüße, Helfried Schmidt und Petra Träger!

Moderne Ernährung: Vielfalt statt Langeweile

© Juice Plus+



Vielheit macht das Leben interessant, denn wir brauchen die Abwechslung! Im Bereich Ernährung ist Vielfalt Fluch und Segen zugleich. In den Supermärkten zeigt sie sich in den Regalen voller Lebensmittel aus allen Teilen der Erde. Dasselbe gilt für die Städte: Ob Köln, Berlin oder München, in jedem Viertel findet sich ein kleine Cafés mit selbstgebackenem Kuchen und belegten Panini, daneben ein Restaurant mit internationalen Spezialitäten. An den Wochenenden finden Streetfood-Festivals statt, auf denen große Foodtrucks kleine Leckereien anbieten. Und lecker ist wichtig! Dem Ernährungsreport der Bundesregierung zufolge, finden 99% aller Deutschen den Geschmack ihres Essens besonders wichtig. Immerhin neun von zehn Befragten legen dabei auch Wert auf gesunde Lebensmittel.

Und damit sind wir bei der komplizierten Seite der großen Auswahl: Die Entscheidung, was beim Essen richtig oder falsch ist, wird zur Lebensaufgabe. Auf jedem Sender Infotainment zu Gesundheitsthemen. Täglich neue Ernäh-

rungs-Podcasts. Da heißt es dann: Achten Sie auf fünf Portionen Gemüse und Obst am Tag! Machen Sie Intervallfasten! Frühstücken Sie achtsam! Wir fühlen uns inspiriert und haben jede Menge gute Vorsätze. Leider holt uns spätestens zu Beginn der Arbeitswoche der Alltag wieder ein. Die Mittagspause schrumpft auf ein Minimum und statt Salat im Bistro bleibt nur der Gang zum Kaffeeautomaten.

Gesund Essen im Arbeitsalltag

Das Zeitproblem zeigt sich auch im oben erwähnten Report deutlich: Vor allem für die 30-44-Jährigen muss es im Alltag schnell gehen. Steigende Umsätze im Außer-Haus-Verzehr sprechen eine deutliche Sprache. Oft bleiben dann Gesundheit und Wohlbefinden auf der Strecke. Ein hastig herunter geschlungener Burger sorgt für Magendrücken. Ein Schokoriegel liefert zwar kurzfristig Energie, schlägt auf Dauer aber auf Gemüt und Waage zu Buche. Wer ganz aufs Mittagessen verzichtet, übertreibt es beim Abendessen gerne. Eine einfache Lösung wäre schön. Wer trotz kurzer Mittagspause und dicht gedrängten Besprechungen

ein ausgewogenes Mittagessen möchte, ist bei einem Wholefood-Konzept gut aufgehoben. Die Anbieter stellen ganze Mahlzeiten zusammen, die den Körper einfach und schnell mit frischer Energie und einer ausgewogenen Zusammensetzung an Nährstoffen versorgen. Die Zubereitung gelingt im Handumdrehen - wie [Complete by Juice Plus+](#). Verschiedene Shakes sind rasch zubereitet, liefern eine ausgewogene Mahlzeit und sättigen angenehm. Außerdem sind sie, genau wie die Riegel, der ideale Begleiter für unterwegs. Eine gesunde Mahlzeit in der Mittagspause hat viele Vorteile. Der wichtigste im Arbeitsalltag: Das Leistungstief am Nachmittag bleibt aus.

Die Ernährungsthemen der Zukunft

Clean Eating, Snacking, Paleo, so lauten die heutigen Trends. Vielen ist eines gemeinsam: Neben einer bewussten Ernährungsweise geht es um eine Lebensphilosophie. Die veränderten Ernährungsformen entstehen oft aus der Suche nach einem gesünderen Lebensstil. So rückt das Thema Gesundheit und Ernährung immer weiter in den Vordergrund. Nahrungsmittel sollen besser, gesünder und nachhaltiger sein. Menschen hinterfragen zum Beispiel ihren Fleischkonsum, pflanzenbasierte und vegane Ernährung gewinnen an Beliebtheit. Durch den Klimawandel und die Auseinandersetzung mit der eigenen Gesundheit entsteht ein Ernährungswandel. Wir verbringen immer mehr Zeit bei der Arbeit, haben weniger Zeit zum Kochen und essen oft außer Haus. Das erschwert eine gesunde Ernährung. Wenn der Balanceakt zwischen Arbeit und Freizeit, Genuss und Gesundheit also einmal nicht gelingt, ist ein bisschen Unterstützung willkommen. Vielleicht mit einer unkomplizierten Ergänzung. Das bieten zum Beispiel die [Obst-, Gemüse und Beerenauslese-Kapseln von Juice Plus+](#). Sie enthalten das Beste aus über 30 verschiedenen Obst-, Gemüse- und Beerenarten.

Dank der vielfältigen Möglichkeiten haben wir die Wahl: Meal Prep oder Kantine, vietnamesisch oder spanisch, Burger oder Suppenbar. Sicher ist: Die Zukunft sieht lecker aus! Und das ist ja die Hauptsache. ■

Digitale Lösungen bieten nicht nur in Corona-Zeiten Zukunftspotenzial

Zugangsbeschränkungen am Eingang, Abstandsmarkierungen am Boden, Warnschilder allenthalben – an dieses Bild haben sich Millionen Kunden im stationären Handel inzwischen gewöhnt. Viele finden es lästig, halten sich nur widerwillig an die analogen und anonymen Anweisungen, die auf viele Kunden nicht selten abschreckend wirken und damit genau das Gegenteil dessen bewirken, was der Handel jetzt braucht: Kundenzufriedenheit, Spaß beim Shoppen und Kauflaune. Mit weitergedachten digitalen Lösungen ist das möglich. Wer seine Kunden nicht nur zählt und lenkt, sondern involviert und bindet, hat viele Vorteile gegenüber dem Wettbewerb.

„Einkaufen muss ein positives Erlebnis bleiben – in Corona-Zeiten mehr denn je“, erklärt **Matthias Hofmann**, DACH-Manager beim Weltmarktführer für Digital Signage und digitales Kundenbeziehungsmanagement Scala. Statt des Security-Mannes am Eingang und analogen Warnhinweisen, könnten das Mobiltelefon der Kunden und intelligente 3D-Kameras die Aufgabe übernehmen – und dem Kunden ein angenehmes Shoppinggefühl vermitteln. „Wer entsprechend seiner Interessen informiert und geführt wird, wertvolle Zusatzinformationen bekommt und sogar unterhalten wird, statt irgendwelchen Pfeilen zu folgen, wird nicht nur die Maßnahmen mehr akzeptieren, sondern auch mehr kaufen. Handel und Hersteller müssen lernen, individueller, zielgerichteter und produktspezifischer mit dem Kunden zu kommunizieren. Das ist letztlich auch das, was Amazon und Co. stark macht. Sie kennen ihren Kunden schlicht besser und können ihm so maßgeschneiderte Lösungen und Produkte anbieten“, macht Hofmann deutlich. Wissen über das, was der Kunde wünscht, bereitgestellt just in time am Point of Sale und auf dem Smartphone – digitale Lösungen machen genau das möglich.

Für den Handel bieten neue digitale Technologien zudem weitere Vorteile. So ist es möglich zu erfassen, wie sich der Kunde im Markt verhält, was er sucht, wo er sich aufhält und wohin er wahrscheinlich gleich gehen wird. Diese Daten ermöglichen es, ihm gezielte Produktinformationen zuzuspielen und ihm das Einkaufen zu erleichtern sowie persönliche Beratung zu ermöglichen. Der Erlebnis-

charakter wird spürbar und als individueller Service erlebt. Es findet eine Interaktion zwischen dem einzelnen Kunden, dem Markt und den Produkten statt. „Alle diese Vorteile lassen sich datenschutzkonform und nach höchsten Standards umsetzen und mit den Corona-Auflagen verbinden“, erklärt der Scala-Manager. So werde es möglich, die Auflagen in Kundenservice umzuwandeln. Für den Handel sei diese Technologie überaus effektiv, denn die Technologie sei auch nach Corona einsetzbar, weit über die momentane Situation hinaus. Und das Personal könne viel besser im Rahmen der Beratung, im Dienst des Kunden eingesetzt werden, statt zählend am Eingang zu stehen. Digitale Marketinglösungen seien technologisch, ökonomisch und in Bezug auf die Kundenbindung nachhaltiger.

Es lohne sich für den Handel neu zu denken, statt nur kurzfristige Vorgaben zu erfüllen. Themen wie Augmented



*Moderner Handel:
Digital Signage und smartes Marketing erleichtern dem Kunden das Einkaufen*

Reality, Virtual Reality, 3D-Technik, Social Media, Apps und Tracking seien auf dem Vormarsch und werden schon sehr bald den Handel revolutionieren – auch, weil der Kunde intensivere und persönlichere Einkaufserlebnisse erwarte.

Wer sich für Digital Signage im Allgemeinen und Lösungen von Scala im Besonderen interessiert, sich über moderne Point-of-Sale-Kommunikation oder modernes Customer Experience Management informieren und Praxisbeispiele namhafter Marken und Handelsunternehmen live erleben möchte, bekommt weitere Informationen unter www.scala.com.



Guten Tag, mein Name ist **Anna Cisek** und ich arbeite bei der tegos GmbH & Co KG in Ostrach am Bodensee als Marketingreferentin. Wir entwickeln und produzieren neben Türen, Klappen, Schließsysteme und Kabelsysteme für Reisemobile, Caravans und Freizeitfahrzeuge, auch innovative Produkte, wie zum Beispiel die sich selbst desinfizierende Umkleidekabine „clean change“ und neue Marken wie „outfly Insektenschutzsysteme“.

Als ich im März, gleich zu Beginn meines Eintritts in das Unternehmen, von unserem geschäftsführenden Gesellschafter, **Peter Müller** mit der Aufgabe betraut wurde, nach der Nominierung von tegos die Bewerbung für den großen Preis des Mittelstandes zu übernehmen, bekam ich nicht nur eine spannende, sondern auch eine umfassende Einführung in das gesamte Unternehmen. In diesem Moment eröffnete Herr Müller mir die Möglichkeit, zusätzlich zu meinem

Marketingbereich auch in die gesamten Strukturen, Prozesse, die Entwicklung und das Wachstum der Firma Einsicht zu erhalten.

Die Coronazeit hat uns alle aufs Äußerste herausgefordert. Wir waren gezwungen, unseren Blickwinkel zu ändern, neue Risiken einzugehen und die Gesamtsituation als eine, sagen wir einmal ‚etwas andere‘ Chance wahrzunehmen. Und genau deswegen kam der OPS-Power-Workshop genau zur rechten Zeit. Da ich mittlerweile komplett in dem Bereich „der große Preis des Mittelstandes“ eingearbeitet war, hat Peter Müller nach einem gemeinsamen Gespräch entschieden, dass ich - stellvertretend für ihn - zu dem Workshop fahre. Ich empfand es, als eine großartige Wertschätzung meiner bisherigen Arbeit!

Für mich durfte es also gleich am nächsten Tag losgehen. Ein Reiseweg von 670 km Länge wartete auf mich.

Symbol für Kraft und Ausdauer

Zu diesem Zeitpunkt bestand schon der telefonische Kontakt zu dem Hauptmoderator des OPS-Power-Workshops, **Heiko Weit**. Er hat sich sofort um alles gekümmert. Am nächsten Morgen ging es also für mich los. Ohne besondere Vorkommnisse, mit Staus und Baustellen an den

Premiere

**OPS-Power-Workshop:
abwechslungsreich,
spannend,
kurzweilig und
lösungsorientiert.**

längst bekannten Streckenabschnitten und zwei kleinen Pausen, um sich die Füße zu vertreten, kam ich um ca. 17 Uhr im Wolmirstedt an. Von der Straße aus sah ich schon die beeindruckende Mühle, die wie ein Symbol für Kraft und Ausdauer dandand. Allein dieser Anblick hat schon etwas mit mir gemacht.

Beim Ankommen in der Auerbachs Mühle fühlte ich mich direkt willkommen; nicht nur die ländliche Umgebung, sondern auch das Personal der Auerbachs Mühle hat mich sehr herzlich empfangen. Nach dem Einchecken und einer 30-minütigen Ganzkörperstreckung auf dem Hotelzimmerbett fand ich mich mit den meisten Teilnehmer des Workshops zu Dr. Schmidts Tagesausklangrunde auf der Terrasse ein.

Mit angenehmer Gelassenheit

Die Stimmung war von Anfang an sehr harmonisch. Mit dem Abendessen entstanden die ersten spannenden Gespräche und so nahm das gegenseitige Kennenlernen der Geschäftsführer seinen Lauf. Mit einer angenehmen Gelassenheit führten Dr. Schmidt und das Moderatorteam des OPS-Power-Workshops informativ durch den Abend.

Am nächsten Morgen, pünktlich um 8.30 Uhr starteten wir mit dem Workshop. Da nicht alle Geschäftsführer am Vorabend hatten teilnehmen können, begannen wir mit der Kurzvorstellung. Danach ging es nahtlos über die methodische Einführung durch Herrn Weit zu den Themen. Damit eine Gruppe starker Führungskräfte effektiv miteinander agieren kann, bedarf es bekannterweise gewisser Spielregeln. Diese wurden uns präsentiert, methodisch erklärt und von allen Anwesenden konsequent eingehalten. Die „Besten-Dialog der Oskar-Patzelt-Stiftung“-Spielregeln bestanden aus 10 Punkten. Unter anderem: Ausreden las-

in Wolmirstedt

sen, aktives Eingehen auf Vorredner, Redezeit maximal 2 Minuten. Um den gesamten Tagesablauf einhalten zu können, hat das Zeitmanagement hier eine besonders wichtige Rolle gespielt. Niemand sollte am Ende ohne eine Lösung zum eigenen Thema den Workshop verlassen. Deshalb hat der Moderator Heiko Weit zwei Co-Moderatoren jeweils mit einer Stoppuhr ausgestattet.

Hauptziel des Workshops war es, für die aus unserer unternehmerischen Praxis mitgebrachten Problematiken konkret, effektiv und in kürzester Zeit Lösungsvorschläge zu finden oder neu zu entwickeln. Dazu gehörten zum Beispiel fehlender Deckungsbeitrag, personelle Schwierigkeiten in Bezug auf die Arbeitsmotivation, organisatorische Abläufe in der Produktion und vieles mehr.

Die Anleitung wie auch die Durchführung waren strukturiert, klar formuliert und mit jedem Durchgang immer einfacher umsetzbar. Wir alle konnten regelrecht die Entwicklung der Lernkurve unseres Teams beobachten. Je mehr wir die Effektivität der Methodik zur Lösungsfindung verstanden, umso einfacher fiel uns die Erarbeitung möglicher Lösungsvorschläge.

Problematiken, welche im betroffenen Unternehmen manchmal schon mehrere Wochen oder sogar Monate bestanden, wurden – durch die Sicht von uns Außenstehenden – mit fast immer einfachen und konkreten Vorschlägen zur Entscheidung an den Vortragenden zurückgegeben. Dadurch erhielt er alle unsere standardisierten, schriftlichen Notizen sowie die OPS Entscheidungsvorlage zu seiner persönlichen Verwendung.

Erstelle eine Marktanalyse. Definiere Ziele mit dem Produkt. Schulung der Handelsvertreter. Kein „Weil“ oder „Eventuell“. Konkrete Maßnahmen, um konkret die Probleme zu lösen. Ohne „Wenn und Aber“.

Ja, ich weiß: man könnte auch selbst darauf kommen. Da braucht man deswegen doch nicht extra 670 km zu fahren?! Theoretisch richtig! In der Praxis sieht es jedoch ganz anders aus. Wir werden von so vielen Außen- und Innenfaktoren abgelenkt. Durch diverse Gespräche vom Hauptproblem abgehalten und schlussendlich verliert man den klaren Blick, um

einfach zu entscheiden: Das ist mein Problem und das ist der Lösungsweg. Entscheiden und umsetzen. Nicht zereden. Nicht verschieben. Handeln! Das ist einer der Punkte, welche ich mit auf den Heimweg mitgenommen habe.

Mein Fazit: der OPS-Power-Workshop steht für Begegnung auf Augenhöhe.

Ob jung oder alt. Ob Mann oder Frau. Ob führend oder ausübend. Hier begegnen sich Menschen, um sich gegenseitig auf Augenhöhe zu unterstützen, voneinander zu lernen und gemeinsam zu wachsen. Eine Gruppe ist in der Lösungsfindung immer stärker als viele Einzelkämpfer. Warum also nicht von dem gegenseitigen Know-how profitieren, neue Blickwinkel gewinnen und sich gegenseitig inspirieren? Entscheiden muss man dann allein.

Ja. Am Ende ist das nur meine persönliche Wahrnehmung. Doch eine konkrete Aussage bleibt – wir haben an diesem einen Tag mehr als ein Dutzend unternehmerische Probleme behandelt und mit effektiven Lösungsvorschlägen abgeschlossen.

Wir sind davon überzeugt, dass der OPS-Power-Workshop sowohl für unser Unternehmen tegos und outfly wie auch für unsere Region eine große Bereicherung sein könnte. Nicht, weil wir nicht fähig wären, selbst Probleme zu erkennen und sie zu lösen. Sondern weil wir davon überzeugt sind, dass das „GEMEINSAM“ weitaus effektiver ist als das „allein“.

Und wer weiß, vielleicht werden wir unsere eigene Symbolik für diesen besonderen Workshop finden. Schlussendlich haben wir den Bodensee. Kraftvoll und tiefgründig!

Apropos - in der Auerbachs Mühle heißt der Gruß „Glück zu“. ■

Ihre tegos-Marketingreferentin Anna Cisek

Info

Die OPS Netzwerk GmbH bedankt sich beim Hauptmoderator des OPS-Power-Workshops, Heiko Weit, und den Moderatoren Katharina Stolzenberg, Michael Kühnel und Michael Kaiser für den gelungenen Start in Wolmirstedt!





Integrative Lösungen bei Wägeprozessen

Im Zuge der Automatisierung gibt es auch integrative Lösungen bei Wägeprozessen. Nico Schröder, Geschäftsführer der PAARI® Waagen- und Anlagenbau GmbH & Co. KG, gibt im Experteninterview dazu Auskunft.

Das thüringische Unternehmen, die PAARI® Group, ein deutscher Mittelständler mit internationaler Präsenz ist auf die Maßanfertigung individueller Lösungen im Bereich Maschinenbau und Wägesystemen spezialisiert. Herr Nico Schröder gehört auf diesem Gebiet zu den führenden Experten Deutschlands. Wir haben ihn zum Thema „integrative Lösungen bei Wägeprozessen im Zuge der Automatisierung“ selbst befragt.

PT-Magazin: Viele Unternehmen arbeiten noch mit manuellen Prozessen zur Bedienung von Waagen und Dosiersystemen. Welche Probleme sehen Sie dabei?

Nico Schröder: Natürlich zum einen den zeitlichen Faktor. Man braucht für jeden Prozess deutlich länger. Zum anderen aber auch den Faktor Personal. Das Thema Fachkräftemangel begegnet uns überall, auch im Bereich der Bedienung von Waagen und Dosiersystemen. Gerade in der Hochsaison kann es hier zu personellen Engpässen kommen, beispielsweise im Sektor Agrar bei der Erntezeit oder im Sektor Schüttgut beim Bau von Autobahnen und Straßen. Ein weiteres Problem besteht darin, dass sich Dosierkomponenten tagesgenau auf sich verändernde Produktionsanforderungen sowie

Lieferstände anpassen müssen. Mithilfe der Automatisierung kann man diese Prozesse digital abbilden und schneller auf Veränderungen reagieren.

PAARI® Automatisierungslösungen erleichtern die Anfertigung und Auswertung von Statistiken sowie die Bestandsführung aller Komponenten.

PT-Magazin: Die Automatisierung spielt in der immer schneller werdenden Logistikbranche eine entscheidende Rolle. Welche innovativen Lösungen bietet PAARI seinen Partnern an?

Nico Schröder: Das Yardmanagement „made by PAARI®“ stellt eine intelligente und effektive Steuerung der Verkehre im Yard, moderne Kiosksysteme und präzise Wiegesysteme zur Verfügung. Sie nutzen damit ein effizientes automatisiertes Werkslogistiksystem, mit dem Sie die Verkehre des Warenein- und ausgangs erfassen und steuern können. Durch den optimalen Ablauf der Prozesse im Yard können Sie eine gleichmäßige Nutzung der Ressourcen sicherstellen. Belastungsspitzen werden vermieden, die Wartezeiten und die Durchlaufzeiten deutlich reduziert. In Echtzeit erhalten Sie Informationen darüber, wo sich welches Fahrzeug aufhält und in welchen Prozessschritt es gerade eingebunden ist.

Aufbauend auf der Planung und Buchung der Slots im Zeitfenstermanagement können sich die Fahrer zum vorgesehenen Zeitpunkt am mehrsprachigen Selbstbedienterminal in Ihrer Landessprache anmelden. LKW-Fahrer kommen aus vielen verschiedenen Ländern. Durch die

Multilingualität der Systeme von PAARI® werden fehlerhafte Eingaben minimiert und zeitraubendes Nachfragen beim Personal entfällt. Sollte einmal doch ein Problem auftreten, kann auch während des Anmelde- oder Verladevorgangs zwischen verschiedenen Sprachen gewechselt werden. In diese Anmeldung können weitere Prozesse, wie z.B. die Sicherheitsgrundunterweisung, die Ausgabe von Fahrtrouten, eine Gefahrgutkontrolle (ADR-Kontrolle) etc. einbezogen werden. Auch Hinweise zu Hygienebestimmungen aufgrund der Corona-Pandemie können problemlos in unsere Systeme integriert werden.

Sind alle Parameter eingehalten, erhält das Fahrzeug automatisiert an der Zutrittskontrolle die Freigabe zur Einfahrt. Durch die Einbeziehung moderner Fahrzeugwaagen (LKW-Waagen) bei Ein- und Ausfahrt, mit Selbstverwiegung und automatischer Erfassung der Wägeergebnisse (Überladungskontrolle) haben Sie die notwendige Kontrolle in diesem Bereich.

PAARI® bietet Hard- und Software aus einer Hand, ohne zusätzliche Schnittstellen. Aufgrund des modularen Aufbaus können alle Systeme speziell auf den Kunden zugeschnitten werden.

PT-Magazin: Was bedeutet „Wiegen ohne Aussteigen“ für Unternehmen?

Nico Schröder: „Wiegen ohne Aussteigen“ ermöglicht die Durchführung von Wägungen über einen einfachen Knopf- bzw. Tastendruck - praktisch ohne Zeitverlust und nahezu vollautomatisch, da Wägedaten nicht mehr manuell eingetragen wer-

PAARI® und die Ameise

Wie in einem Ameisenvolk greifen ausgeklügelte Kommunikations- und Arbeitsteilungssysteme ineinander und lassen die Individuen durch ihre netzwerkartige Organisationsstruktur schnell und effizient auf Herausforderungen reagieren. Intelligente Waagensysteme aus dem Hause PAARI® helfen, ähnlich effizient zu arbeiten und das branchenübergreifend. Eine umfassende Beratung und Schulung von Industriekunden durch qualifizierte Mitarbeiter und die Wartung sowie Inbetriebnahme von Technik und Software runden das gesamte Leistungspaket ab.

den müssen. Wir ermöglichen dies über das Waagenfernbediensystem oder per Handy- sowie Smartphonesteuerung.

Das Waagenfernbediensystem ermöglicht die Durchführung von Wägungen über einen einfachen Knopfdruck. Die Fahrzeuge sind mit einem Handsender ausgerüstet, der je nach Ausführung über zwei oder mehr Tasten mit einem individuellen Code verfügt. Durch den Tastendruck kann das Fahrzeug und weitere Stammdaten (bspw. der Lieferant) im Wägesystem identifiziert und ein Wägeschein erzeugt werden. Das Waagenfernbediensystem ist äußerst flexibel und an praktisch jeder Fahrzeugwaage einsetzbar – egal ob an der Straßenfahrzeugwaage, Achslastwaage oder Gleisfahrzeugwaage. An das Waagenfernbediensystem können weitere Anlagen wie Ampelsysteme, Schrankensteuerung oder Türöffner angebunden werden.

Das innovationsfreudige PAARI®-Entwicklerteam hat die normale Waagenfernbedienung weiterentwickelt. Mit den Lösungen für die Handybedienung und Smartphonebedienung der Waagen steuern Sie schnell und unkompliziert den kompletten Wägevorgang mittels SMS oder Benachrichtigung über das Smartphone. Aussteigen hat ausgedient. Praktisch ohne zusätzliches Personal und ohne Zeitverlust werden Ihre Fahrzeuge verwogen oder die Daten in Ihr angebundenes Tagebuch (Silotagebuch, Betriebstagebuch oder Einsatzstofftagebuch) eingefügt. Tätigkeiten und Notizen werden direkt vor Ort und ohne lästige Notizzettel in das Handy eingegeben und ausgewertet.

Die Identifizierung der Fahrzeuge erfolgt über die Handynummer, die händische Eingabe der für die Wägung notwendigen Daten entfällt und spart wertvolle Zeit. Auch unbekannte Fahrzeuge können sich per SMS identifizieren.

Diese Kombination ermöglicht einen nahezu vollautomatischen Ablauf der Wägungen, bei gleichzeitiger kompletter Datenerfassung für die Abrechnungen. Mit dem Softwaresystem titan.libra bieten sich umfangreiche Auswertungsmöglichkeiten. Das bedeutet: Eine große Zeit- und somit Kostenersparnis durch hohe Flexibilität und einen exakten Überblick über die vorhandenen Daten, z.B. bei Kampagnenverwiegungen oder Baustellenbelieferungen.

PT-Magazin: Welche Auswirkungen hat die Corona Pandemie auf Ihr Unternehmen und wie gehen Sie aktuell damit um?

Nico Schröder: Die aktuellen Geschehnisse stellten auch uns vor neue Herausforderungen. Einige Kollegen und Kolleginnen befanden sich aufgrund der Einschränkungen durch Corona sowie der Organisation und Sicherstellung der Kinderbetreuung im Home-Office. Daher waren die Reaktionszeiten auf einige Kundenanfragen etwas verzögert. Lieferengpässe während der Corona Pandemie konnten wir jedoch durch Back-up Lieferanten und vorhandene Lagerbestände gut abfedern. Aufgrund des Virus und zur Eindämmung der Verbreitung wurden alle internen und externen Schulungen und Veranstaltungen abgesagt. Auch behördlich angeordnete Einschränkungen, wie beispielsweise die Absage der Internationalen Fachmesse für Intralogistik-Lösungen und Prozessmanagement LogiMAT 2020, musste kompensiert werden. Monatlang Vorbereitungen verliefen im Sand. Hier haben wir als Aussteller stets Kontakt mit Entscheidern aus der Branche und haben unsere neuen Produktinnovationen live präsentiert.

Mit dem Ausfall dieser Messe mussten wir neue Wege gehen und planten neue Maßnahmen. PAARI® nutzte den Weg der Digitalisierung und präsentierte alle neuen Innovationen sowie bewährte Produkte in einem kostenfreien digitalen Showroom (www.yardmanagement.info), denn gerade in Zeiten von COVID-19 können unsere Produkte eine große Rolle bei der Eindämmung des Virus spielen. Mit unserer breit gefächerten Produktpalette von Hard- und Softwarelösungen können nicht nur Prozesse im Bereich Werkslogistik und Wägetechnik automatisiert werden - auch Ressourcen vor Ort werden geschont und das Infektionsrisiko durch weniger Kontakte und Einhaltung von Abstandsregeln minimiert.

Die vergangene Zeit haben wir auch genutzt, um neue Partner zu gewinnen, mit denen wir an weiteren gemeinsamen spannenden Projekten arbeiten.

PT-Magazin: Was ist das Kerngeschäft der PAARI Group?

Nico Schröder: PAARI® ist Spezialist für branchenspezifische und integrative Automatisierungslösungen im Bereich Werkslogistik und Wägetechnik. Wir bieten Beratung, Hardware und Software aus einer Hand ohne zusätzliche Schnittstellen.

PAARI® deckt unterschiedliche Disziplinen im Waagen- und Anlagenbau ab. Die Bandbreite unserer Leistungen reicht von der Entwicklung prozessoptimierter ERP-Software, Bau von Fahrzeugwaagen und Waagenanlagen über Lösungen für die Automatisierung von Wägeprozessen bis hin zum vollautomatischen Yard. Unsere Selbstbedien- und Wägesysteme sind auf anspruchsvolle Produktionsprozesse ausgerichtet. Wir liefern verlässliche Standardgeräte, Komplettsysteme oder fertigen eine Individuallösung nach Kundenwunsch an. Von der Planung über die Fertigung bis hin zur Organisation des Projektes ist [PAARI®](http://www.yardmanagement.info) involviert. ■



„Eine Krise ist auch nur

Leadership-Experte mahnt zu mehr Planung und weniger Aktionismus in unternehmerischen Krisensituationen



Viele Unternehmen geraten zurzeit in existenzielle Krisen. Es fehlt an Liquidität, an neuen Aufträgen oder es kommen gar ganze Geschäftsmodelle ins Wanken. Oft sind die Reaktionen des Managements hektisch, unausgegoren oder kurzfristig. Statt übereilt zu reagieren, wäre es sinnvoll, sich auf die Methoden des Projektmanagements zu besinnen, auf die Werkzeuge der Analyse, der Planung und der konsequenten Umsetzung, mahnt Business-Experte **Ronald Hanisch**.

„Die erste Reaktion ist meistens, sich die regelmäßigen Ausgaben anzuschauen. Schnell ist man dann bei den Personalkosten. Dann werden Leute entlassen, allerdings allzu oft ohne Plan, was denn danach kommen soll“, berichtet der als „Projekt-Doktor“ bekannte Buchautor und Leadership-Profi. Natürlich hätten geringere Personalkosten mehr oder weniger sofort einen finanziellen Effekt, aber eben auch einen auf die Themen Service, Qualität, Kompetenz und Leistungsfähigkeit. „Man darf das nicht monothematisch

und monokausal betrachten. Genauso wenig, wie die meisten Krisen nur eine einzige Ursache haben, so hat auch deren Ursache meist nicht nur eine Antwort.“ Krise, so Hanisch, bedeute dem griechischen Wortursprung nach Entscheidung. Und darum müsse es auch gehen, sich entscheiden. Jeder Schritt werde entsprechende Konsequenzen nach sich ziehen – in die eine oder andere Richtung. Und um zu entscheiden, brauche man valide, interdependente Informationen, also eine Analyse.

Sei diese gemacht, beginne das „Projekt Krisenbewältigung“. Es brauche alles analog einem „normalen“ Projektstart: einen Projektverantwortlichen, der ein Projektteam führt, einen verbindlichen Zeit- und Ressourcenplan, ein Projektziel und definierte Meilensteine, an denen man ablesen kann, ob der Weg erfolgreich ist oder nicht. Alles andere sei „gefährlicher Aktionismus“ mit, wenn es schlecht läuft, nachteiligen Folgen. Projektmanager seien in ihrer Art zu denken und zu agieren so gesehen auch immer gute Krisenmanager. „Es braucht ein Ziel, einen Weg und Ressourcen, den Weg bis zum Ziel erfolgreich zu beschreiten“, so Hanisch.

Krisen wie ein Projekt zu denken, habe aber noch einen weiteren Vorteil: Kalkulierbarkeit. „Zuerst muss so viel Licht ins Dunkel gebracht werden wie möglich. Man kann in Krisen nur auf Sicht fahren, deswegen ist es wichtig, möglichst viel Licht zu produzieren, das zumindest die nähere Umgebung

ein Projekt“



so weit ausleuchtet, dass man auch mal beschleunigen kann, ohne gegen den nächsten Baum zu fahren“, weiß Hanisch zu berichten. Krisen erlaubten meist keine langfristigen Szenarien, es reiche aber eben nicht „von zwölf bis Mittag zu denken“. In einem Projekt müsse ständig evaluiert werden. In Krisensituationen sei dies umso wichtiger.

Ronald Hanisch: „Keine Krise ist schön. Und ich kenne auch keinen, der, wenn er mittendrin steckt, diese als Chance begreift. Derartige Aussagen sind hohle, verharmlosende Phrasen, die kein Betroffener braucht.“ Um gestärkt, oder zumindest neu justiert aus einer Krise zu kommen, sei ein Projektdenken aber sehr hilfreich. Und ja, Projekte könnten auch scheitern: „So ist das in Krisen.“ Mit guter Planung aber und den richtigen Tools sei ein Scheitern deutlich unwahrscheinlicher als im ungeplanten Aktionismus.

Weitere Informationen über den „Projekt-Doktor“ Ronald Hanisch, Ausschnitte aus seinen Keynotes, Impulse rund um die Themen Führung und Projektmanagement sowie jede Menge Hintergründe gibt es unter www.ronaldhanisch.com.

Hintergrund

Ronald Hanisch gehört im deutschsprachigen Raum zu den gefragtesten Vortragsrednern, Management-Beratern und Autoren rund um die Themen Projektmanagement und Arbeit mit Teams. Durch seinen ganzheitlichen Ansatz wird er in Fachkreisen mit dem Titel „Projekt-Doktor“ weiterempfohlen.

In seinem Amt als Präsident des Managerverbandes in Österreich unterstützt Ronald Hanisch Führungskräfte bei der Karriereentwicklung. Sein Wissen gibt er auch als Gastdozent an ausgewählten europäischen Universitäten weiter. Als Autor provoziert und motiviert Ronald Hanisch. Mit dem Buch „Das Ende des Projektmanagements“ ist ihm ein Bestseller gelungen, der nicht nur die Projekt-Welt auf den Kopf gestellt hat. „Das Buch sollte jeder Projektleiter kennen“, wird mehrfach in Rezensionen betont. Weitere Bücher und Publikationen sind auf seiner Webseite zu finden.

Der ehemalige Spitzensportler weiß: „Man kann nur im Team gewinnen.“ Als Leistungsträger im internationalen Volleyball-Sport feierte Ronald Hanisch Erfolge in der ersten österreichischen Bundesliga und im Europacup. Der Projekt-Doktor kombiniert wissenschaftliche Erkenntnisse aus Psychologie, Philosophie und eigene Managementenerfahrung zu nachhaltigem, wirtschaftlichem Erfolg im Einklang mit der Persönlichkeitsentwicklung.

In Seminaren und Workshops macht Ronald Hanisch seine erfolgreiche Arbeitsweise erlebbar. Die Methoden und Übungen sind klar nachvollziehbar und sofort in der Praxis umsetzbar. Dabei werden sowohl die offenen als auch die firmeninternen Seminare individuell an die Ziele und Lebenssituationen der Teilnehmer angepasst. Weitere Informationen gibt es unter www.ronaldhanisch.com.

Dirk Oliver Haller – Der Wach



Dirk Oliver Haller (Jg. 1973) ist Gründer und Geschäftsführer der DFT Deutsche Finetrading AG. Haller blickt auf 25 Jahre Berufserfahrung im Handel zurück und gründete 2010 die DFT. Gemeinsam mit seinem Team agiert er vom Unternehmenssitz in Ladbergen in Nordrhein-Westfalen national und international. Von der Warenfinanzierung, über die Import- und Exportfinanzierung, bis hin zur Lagerfinanzierung bietet das Unternehmen seinen Kunden Finanzierungslösungen an.

Der Geist vom ehrbaren Kaufmann – manch einer hält ihn für antiquiert und spricht lieber von Compliance, Good Governance oder Fair Play. Doch auch heute noch lassen sich Beispiele für

Unternehmer finden, die mit ihren Ideen den Handel intelligent voranbringen. Zu ihnen gehört Dirk Oliver Haller, Gründer und CEO der **Deutschen FINETRADING AG** (DFT), die in diesem Jahr ihr 10-jähriges Firmenjubiläum feiert. Seine Finanzierungsangebote eröffnen vor allem dem deutschen Mittelstand neue Vorteile.

Bei der Suche nach schnellen und flexiblen Finanzierungsmöglichkeiten versperren allzu oft hohe Anforderungen an die zu leistenden Kreditsicherheiten den Zugang zu wichtigem Investitionskapital. Diese gemeinhin bekannte Hürde in der Kreditwirtschaft umgeht die DFT, indem sie nicht als Bank, sondern als Zwischenhändler auftritt. Branchenübergreifend übernimmt sie die Vorfinanzierung, sei es für Waren, Import-, Export- oder Lagerkosten. Genau dort, wo viele Deals scheitern, entpuppt sich das Modell von Dirk

Wachstumsförderer aus Ladbergen

Dass die finanziellen Mittel im Rahmen von 50.000 bis 5 Mio. Euro hier kurzfristiger verfügbar sind als bei vielen Bankinstituten, hängt auch mit der Firmenphilosophie Hallers zusammen. Gestützt auf seine Erfahrung als Aufsichtsrat, Gründer und CEO legt er den Fokus verstärkt auf das Gesamtkonzept seiner Kunden. Hier zählen nicht nur blanke Zahlen, Bonität und Zinssätze, sondern vor allem ein innovatives Geschäftsmodell. Bei Verhandlungen auf Augenhöhe mit dem Kunden entstehen individuell zugeschnittene Lösungen. Lösungen, die nicht nur dem einzelnen Geschäft Auftrieb geben, sondern den Wirtschaftsstandort Deutschland insgesamt stärken.

Win-Win dank neuem Mind-Set

So verwirklicht sich letztlich gesamtwirtschaftliche Wachstumsförderung – getragen vom deutschen Mittelständler und unter strategischer Zuhilfenahme hergebrachter Marktbedingungen. Besonders prägnant: der Skonto-Effekt. Indem die FINETRADING AG in enger Absprache mit ihren Kunden, etwa Waren, selbst direkt beim Lieferanten bestellt und sogleich bezahlt, verringert sich der Preis um den Skonto-Satz. Der Lieferant hat das Geld schnell und zuverlässig erhalten, der Kunde gespart. So viel, dass die Finetrading-Gebühr bereits beglichen ist. Unter dem Strich erhält er also eine unentgeltliche Finanzierungshilfe. Langfristig kommt dem Kunden zudem die Best-Practice-Performance als zuverlässiger Schuldner zu Gute, die ihm beim Lieferanten zu einem bevorzugten Abnehmer macht. Gerade in Krisenzeiten, bei Waren- und Lieferengpässen, ein Bonus, der goldwert ist.

Oliver Haller als Zahnrad an der richtigen Stelle im Wirtschaftskreislauf, der global im enger getaktet, längst nicht mehr ohne kurzfristige Liquiditätsressourcen auskommt. Eine immer beliebtere Ergänzung zum konventionellen Financing.

Zugängliche Investitionsmittel für den Mittelstand

Gerade der deutsche Mittelstand mit seiner Vielzahl von Handwerks-, Landwirtschafts- und SHK-Betrieben profitiert von den kurzfristigen Finanzierungen. So wundert es nicht, dass auch Dirk Oliver Haller seine ersten Geschäftserfahrungen im familieneigenen Viehhandel gemacht hat. Eine Branche, die mit ihren hohen Futtermittelkosten exemplarisch für das Bedürfnis nach schnell zugänglicher Vorfinanzierung steht. Sie sichert die sofortige Bezahlung. Der Kunde hat verfügbar, was er für das Fortkommen seines Betriebs braucht und aus den später erzielten Gewinnen, kann er die Rückzahlung, in der Regel innerhalb von 120 Tagen, leisten.

Diversität für Synergien nutzen

Mittelständler unterschiedlichster Wirtschaftszweige vom Metallbauer bis zum Bestatter haben bereits davon profitiert und zeigen: das Finetrading-Konzept greift branchenübergreifend. Durch die unterschiedlichen Kooperationen wächst auch bei Dirk Oliver Haller die Gewissheit, dass Austausch ein Schlüssel für die Weiterentwicklung des deutschen Wirtschaftsstandorts ist. Mit der „after work action!“ und dem „Business-Frühstück“ hat er deshalb zwei Formate ins Leben gerufen, in denen der Dialog zwischen Unternehmern aller Couleur im Mittelpunkt steht. Nach Haller die Geburtsstätte für die Synergien von morgen: „Der deutsche Mittelstand ist mit seiner Vielfalt einzigartig und in seiner Vielfalt liegt seine Kraft.“ Diese zu bündeln, um künftige Entwicklungschancen zu nutzen, ist die Ambition des CEOs.

Auch in der Corona-Krise. In Zusammenarbeit mit der DFT gelang einem Kunden der Aufbau eines Onlineshops für Desinfektionssäulen. Ein anderer Hersteller konnte dank einer Finanzierung Lagerkosten für produziertes Hygienepapier stemmen und so für schnelle Verfügbarkeit in Akutphasen sorgen. Das verdeutlicht: wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Nutzen sind ein Tandem. Angetrieben von modernem Finetrading.

Mehr Spielraum bei überraschenden Herausforderungen

Das gilt für kleinere wie größere Projekte. Bereits eine Finanzierung ab 50.000 Euro bis hoch zu 5 Mio. Euro ist möglich. Eine große Bandbreite, die hinreichende Flexibilität bietet, um Mittel in passgenauer Quantität im richtigen Moment einzusetzen.

Ob saisonale Nachfragehochs, veränderte Marktbedingungen oder neue Zielgruppen – der deutsche Mittelständler muss auf viele Fragen schnelle Antworten finden. Dirk Oliver Haller und die FINETRADING AG geben ihm dafür die passenden Mittel in die Hand, punktgenau und just-in-time. ■

Zum Tag des Franchise: Fünf Tipps für ein erfolgreiches

Franchisesysteme bündeln Wissen einer Vielzahl von Unternehmern
Einheitliche Konzepte stärken Wiedererkennungswert der Marke

Leinfelden-Echterdingen. Am 29. August war der internationale Tag des Franchise – für Remax Germany ist die Organisation als Franchisesystem eine der Grundlagen für das stetige Wachstum. Vermittlungsvolumen, Umsatz, Standort- und Maklerzahlen konnte das Franchiseunternehmen deshalb im ersten Halbjahr 2020 weiter steigern. „Franchising bietet die Möglichkeit, Ideen und Wissen vieler aktiver und unternehmerischer Persönlichkeiten zu bündeln. Die Netzwerke fördern Gemeinschaft und Professionalität und führen damit zu einer starken Marktpräsenz“, erklärt Kurt Friedl, CEO und Gesellschafter von Remax Germany. Das Maklernetzwerk hat fünf Faktoren gesammelt, die für angehende Franchisegeber wichtig sind.

Nummer 1:

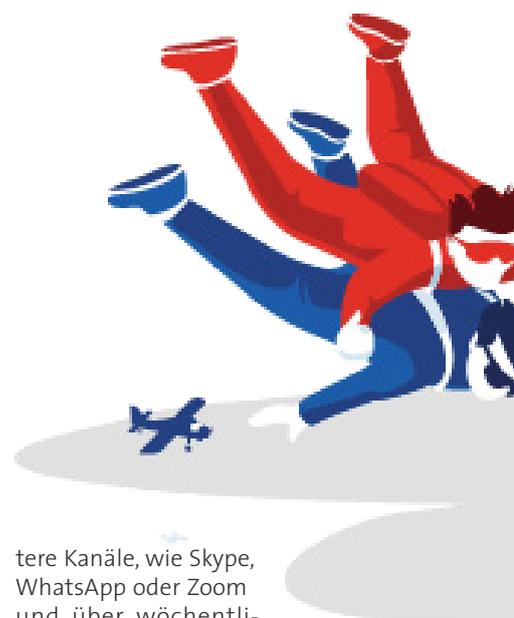
Richtige Auswahl der Franchisenehmer

Franchisegeber sollten viel Wert auf das passende Profil potentieller Partner legen. Voraussetzung sind Führungskompetenzen, Begeisterung für Dienstleistung, Qualität und betriebswirtschaftliche Grundlagen. „Einsteiger sollten unternehmerisch denken. Sie sollten Wachstumspläne, Tatkraft und die Vision haben, eine Filiale aufzubauen und mit einem starken Team zu entwickeln“. Das Startkapital ist abhängig von der Größe des jeweiligen Standortes. Damit können die Eintrittskosten, Eingliederung in das Netzwerk, Ausbildung und Training sowie Technologiekosten abgedeckt werden.

Nummer 2:

Transparenter Austausch mit den Franchisepartnern

Franchisegeber und Franchisenehmer sind durch einen engen Austausch miteinander verbunden. Ziel dieser Zusammenarbeit ist die Unterstützung, Weiterentwicklung und stetige Begleitung der Partner bei ihren Wachstumszielen, um ihre Marktanteile an ihrem persönlichen Standort zu erzielen. „Die Zuteilung eines persönlichen Beraters für jeden Franchisenehmer ist wichtig, um Kontakt zu den jeweiligen Standorten zu halten“, sagt Friedl. Zudem bietet sich die moderne Kommunikation über zahlreiche wei-



tere Kanäle, wie Skype, WhatsApp oder Zoom und über wöchentliche Netzwerk-Newsletter und Videobotschaften an. Regelmäßige Meetings und Telefonkonferenzen fördern den Austausch zusätzlich.

Nummer 3:

Entwicklung und Pflege eines einheitlichen Konzeptes

Jede einzelne Filiale profitiert von einem einheitlichen Markenbild und einer riesigen Organisation im Hintergrund. „Jeder Franchisenehmer ist Teil eines großen, verlässlichen und weltweiten Profiverbunds. Er profitiert dabei von der Kooperation und Gemeinschaft innerhalb des Netzwerks“, erklärt Friedl. Wesentliche Bestandteile des Konzeptes sind eine gelebte Kultur und Philosophie des gesamten Systems und die weltweite



Franchising-Modell

Vernetzung der Franchisepartner. Zu den weiteren USPs gehören eine qualitativ hochwertige Ausbildung, standardisierte Dienstleistungen oder das Teilen von Best Practice Beispielen.

Nummer 4: Auf Entwicklungen am Markt reagieren

Stellvertretend für einen der größten Wirtschaftszweige in Deutschland steht die Immobilienbranche. „Mit einer stetigen Zunahme an Beschäftigung und Wertschöpfung ist die Branche zugleich ein dynamisches Wachstumsfeld. Wer sich weiter am Markt behaupten will, muss flexibel sein und auf Entwicklungen reagieren. Egal, in welchem Umfeld“, so Friedl. Aktuell treibt Corona die Digitalisierung in vielen Branchen stark voran und verändert den Alltag von Franchisenehmern. Die Anpassung der Arbeitsweise an die technischen Möglichkeiten verbindet Kunde und Marke. Virtuelle Angebote, wie 360-Grad-Online-Besichtigungen oder Präsentationen über eine Video-App, sind oft der Einstieg in die digitale Kundenbindung. Friedl: „Dadurch wird parallel wichtige Zeit frei, um sich dem wirklichen Kundennutzen zu widmen und sich von der Masse abzuheben.“

Nummer 5: Arbeiten auf Grundlage von standardisierten Prozessen

Jeder Franchisegeber sollte seinen Franchisenehmern Standardprozesse bieten, die die Arbeit erleichtern und beschleunigen. Die kontinuierliche Begleitung durch die Zentrale unterstützt die Franchisenehmer bei der täglichen Arbeit. Dazu zählen die strategische Beratung für Teamaufbau und -entwicklung, Expansionsplanungen, die Steuerung der Aus- und Weiterbildung und die Förderung der Einführung innovativer und technologischer Produkte. „Standardisierte Geschäftsprozesse gewährleisten die Einheitlichkeit einer Marke und schaffen so einen hohen Wiedererkennungswert und Vertrauen“, weiß Friedl.

Über Remax

Remax, gegründet 1973 in den USA, ist das größte Immobiliennetzwerk der Welt. Seine Wachstumskraft beruht zum einen auf der angebotenen Dienstleistung, zum anderen auf der Organisation als Franchisesystem. In den USA und Kanada hatte Remax erheblichen Anteil am Wandel des Immobilienmarktes vom Privatverkauf zur allgemeinen Akzeptanz des Immobilienmaklers als professioneller Dienstleister. Remax Germany sitzt in Leinfelden-Echterdingen. Geschäftsführer ist Kurt Friedl, der über 40 Jahre Berufserfahrung in der Immobilienbranche mitbringt. Über 200 Franchisenehmer und über 850 Makler vermitteln Immobilien in Deutschland. Weltweit arbeiten bei Remax derzeit etwa 128.000 Immobilienmakler in ca. 8.300 Büros in mehr als 110 Ländern. www.remax.de





Im Experteninterview mit Hervé Mangonau

Vorstandsvorsitzender der ALMAS INDUSTRIES AG aus Mannheim zum Thema „innovative Sicherheitslösungen“

Das Mannheimer Unternehmen Almas Industries AG, ein deutscher Mittelständler und als europäischer Marktführer in den Bereichen Biometrie und ist spezialisiert auf Erkennungssysteme, die mit digitalen Fingerabdrücken arbeiten. Herr **Hervé Mangonau** gehört als Mitgründer und CEO des Unternehmens auf diesen Gebieten zu den führenden Experten Deutschlands. Wir haben ihn zum Thema „innovative Sicherheitslösungen“ selbst befragt.

Welche Lösungen bieten Sie Ihren Kunden an, Herr Mangonau?

Wir sind Spezialisten in den Bereichen biometrische Zutrittssysteme, Videoüberwachung, Einbruchmeldung und Mitarbeitersicherheit. Wir von Almas Industries sind überzeugt, dass technologische Spitzenprodukte Ihren Arbeitsplatz und Ihre Anlagen sicherer und effizienter machen und dass Sicherheitslösungen für alle Unternehmen erschwinglich und für Management sowie Personal einfach in der Handhabung sein sollten.

Seit 2004 besteht Almas Industries und hat sich seitdem zu einem der führenden Unternehmen für innovative Sicherheitslösungen Europas entwickelt. Wie hat sich die Branche seitdem verändert?

Vor allem der Markt im Bereich biometrische Zutrittskontrollen hat sich in den letzten Jahrzehnten enorm gewandelt. Es gab quasi eine „Revolution“ der Biometrie, die vor allem durch Smartphones angestoßen wurde, die die Entsperrung per Fingerabdruck in Mode gebracht und den Markt extrem angetrieben haben. Schon 2004 haben wir erkannt, dass biometrische Sicherheit die Zukunft ist und uns damals auf die Forschung und Entwicklung biometrischer Zutrittskontrollsysteme spezialisiert. Mittlerweile sind wir unter den Top 10 Unternehmen für biometrische Zugangskontrollsoftware in Europa. Schon früh haben wir unseren Kunden nähergebracht, welches Potential und besondere Vorteile die biometrische Zutrittskontrolle für Unternehmen bedeutet. Damals war das „Mindset“ von Entscheidungsträgern natürlich noch ein ganz anderes. Heute kommen die Kunden auch auf uns zu und wollen eine Beratung in Sachen Biometrie.

Welche innovativen Sicherheitslösungen haben Sie speziell für die Corona-Krise entwickelt?

Wir wollen Unternehmen dabei helfen, ihren Betrieb, Mitarbeiter und Kunden zu schützen, indem mögliche Übertragungen von Infektionen schon an der Tür gestoppt werden. Selbst mit dem Problem der hygiesicheren Rückkehr konfrontiert, konnten wir unsere Expertise und unser großes Partnernetzwerk dazu nutzen, in kürzester Zeit hygiesichere

Zutrittskontrollen mit Temperaturmessung auf den Markt zu bringen. Die kontaktlose Zutrittskontrolle funktioniert per Gesichtserkennung und gleicht ab, ob die Person tatsächlich im Unternehmen arbeitet und misst gleichzeitig die Körpertemperatur. Hat die Person keine Zutrittslaubnis und/oder eine erhöhte Temperatur, verweigert das System den Zutritt. Die Lösung bietet Unternehmen also maximale Sicherheit. Somit ist die Sicherheitslösung einerseits ein Sicherheits- und gleichzeitig ein Hygienekonzept. Eine Masken-Funktion gibt es auch. Das System bemerkt, wenn die Person keine Maske trägt und kann ggf. den Eintritt verweigern. Eine weitere Lösung, die wir anbieten, ist die manuelle Temperaturmessung.

Welche Lösungen bietet Almas im Bereich Personenschutz und Arbeitssicherheit an?

Im Bereich Arbeitssicherheit bieten wir den sogenannten „Totmannschalter“ an. Dabei handelt es sich um ein Personen-Notsignal-Gerät, welches für die Sicherheit von Alleinarbeitern sorgt. Kommt es zur Notsituation oder sogar zur Bewusstlosigkeit, detektiert das Gerät den Unfall und stellt eine Sprachverbindung zur Notruf- und Serviceleitstelle her, die die Situation analysiert und den Rettungsdienst an die zuvor vom Gerät lokalisierte Position des Alleinarbeiters schickt.

Eine medizinische Sicherheitslösung in diesem Bereich ist der DOC-Defibrillator. Dabei handelt es sich um einen automatisierten externen Defibrillator, der speziell für Laien entwickelt wurde, denn beim plötzlichen Herztod zählt jede Sekunde. Sobald Helfer vor Ort das Gehäuse des DOCs öffnen, verbindet sich der DOC mit der 112. Die 112 kann die Helfer nun per Sprachverbindung betreuen, ihnen Anweisungen geben und gleichzeitig den Krankenwagen schicken. Wir arbeiten stets daran, Prozesse im Bereich Unfallerkennung, Erste-Hilfe-Leistung und Rettung mittels innovativer Technologie zu verbessern und zu beschleunigen, denn in diesem Bereich beeinflusst jede Stufe des Prozesses die Überlebenschancen der Betroffenen. ■



Telekom und DataGuard kooperieren bei Datenschutz für den Mittelstand

- Datenschutz as a Service – so individuell wie nötig
- Intelligente Pakete für Unternehmen jeder Größe
- DSGVO-konform und erweiterbar

Datenschutz nach DSGVO ist bürokratisch und teuer? Mit intelligenten Paketen für die Europäische Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) zeigen die Deutsche Telekom und DataGuard gerade das Gegenteil. Eine Web-Plattform übernimmt dabei Routine-Abfragen. Danach unterstützen Spezialisten je nach Bedarf – auch als externe Datenschutzbeauftragte. Geschäftskunden der Telekom können den Service ab sofort im Telekom Cloud Portal buchen.

Telekom-Geschäftsführer **Hagen Rickmann** unterstreicht die Bedeutung dieser Kooperation: „Sie rundet unser Portfolio bei Sicherheitslösungen ab – hier mit Fokus Datenschutz. Die flexible Lösung aus der Cloud hilft dem Mittelstand ab Tag 1. Und ist durch den hohen Grad der Automatisierung auch noch einfach in der Handhabung.“

Starke Kombi

DataGuard kombiniert die Stärken von Mensch und Maschine. Eine Online-Plattform automatisiert Prozesse und sorgt für Übersicht und Transparenz. „Kunden

sowie unsere Datenschutz-Spezialisten nutzen die eigens entwickelte Datenschutz-Plattform. Wiederholbare Arbeitsschritte lösen wir dabei durch Automatisierung und gut eingespielte Prozesse. So haben unsere über 150 Mitarbeiter mehr Zeit für die Kunden“, sagt **Thomas Regier**. Er ist Mitgründer und Geschäftsführer von DataGuard. Die Plattform punktet bei Audits, prüft Verträge, bietet Schulungen für die Mitarbeiter. Sie automatisiert Prozesse rund um die Dokumentation. Und sie unterstützt bei der Umsetzung der gesetzlichen Datenschutzanforderungen. „Das ist ein Hybrid aus Technologie und individueller Betreuung. DataGuard verbindet zuverlässigen Datenschutz und attraktive Festpreise“, so Regier.

Datenschutz: Erfolgsfaktor statt Schreckgespenst

Über 1.500 nationale und internationale Kunden aus vielen unterschiedlichen Branchen nutzen die Lösung bereits. Darunter Handwerk, Industrie, Versicherungen, Hotels oder Personaldienstleister. Die Pakete und Leistungen sind nach

Aufwand gestaffelt. Die Kunden bezahlen einen transparenten Festpreis. Und behalten so den Kopf frei für ihr Geschäft. Das kleinste der vier Pakete kostet 150 Euro monatlich.

Vom Startup zum Partner

Die Deutsche Telekom hat DataGuard bereits im [Startup-Programm TechBoost](#) unterstützt. Die Zusammenarbeit der Unternehmen mündet jetzt in einer breiten Kooperation. „Datenschutz und Digitalisierung sind eng verknüpft“, sagt Thomas Regier. „Unsere Kunden erleben Datenschutz Made in Germany. Wir schützen ihre Daten und die von Millionen von Menschen weltweit“, sagt Regier. Das sieht auch Rickmann so: „Nicht der Datenschutz wird teuer, sondern dessen Vernachlässigung. Zusammen mit DataGuard tun wir etwas dagegen.“ ■

Weitere Informationen zum Angebot: www.cloud.telekom.de/de/software/dataguard

Netzwerk der Besten

Wir brennen für den Mittelstand!

Meilensteine setzen wir im
26. Wettbewerbsjahr „Großer Preis des
Mittelstandes“ – gemeinsam mit Ihnen.

12. SEPTEMBER 2020 MARITIM HOTEL WÜRZBURG

Gala zur Preisverleihung und Ball für
Bayern, Hessen, Thüringen,
Baden-Württemberg
sowie die Wettbewerbsregionen
Sachsen, Berlin/Brandenburg



SFW Schildauer Fleisch-
und Wurstwaren GmbH
Sachsen

26. SEPTEMBER 2020 MARITIM HOTEL DÜSSELDORF

Gala zur Preisverleihung und Ball für
Rheinland-Pfalz/Saarland,
Schleswig-Holstein/Hamburg,
Nordrhein-Westfalen,
Niedersachsen/Bremen
sowie die Wettbewerbsregionen
Sachsen-Anhalt,
Mecklenburg-Vorpommern



C. Josef Lamy GmbH
Baden-Württemberg

BUNDESBALL 24. OKTOBER 2020 MARITIM HOTEL DÜSSELDORF

Gala zur Preisverleihung und Ball
Bundesweite Premier-Sonderpreise



Albert Fischer GmbH
Niedersachsen

Hauptsponsor



Hauptmedienpartner



www.mittelstandspreis.com

Impressum: epaper 8/2020

© 2020 OPS Netzwerk GmbH, Melscher Str. 1, 04299 Leipzig,
Tel. 0341 240 61 - 00, www.pt-magazin.de, E-Mail: redaktion@op-pt.de
Geschäftsführer: Petra Tröger, Dr. Helfried Schmidt

Das PT-Magazin ist das offizielle Magazin des Wettbewerbes „Großer Preis des Mittelstandes“ der Oskar-Patzelt-Stiftung, eingetragen im Stiftungsregister des Regierungsbezirkes Leipzig unter Nr. 2/1998. Alle Angaben ohne Gewähr. Die Rechte zur Nutzung von Artikeln in digitalen Pressespiegeln erhalten Sie über die PMG Presse-Monitor GmbH, Tel. +49 30 28493 0 oder pressemonitor.de.