

# TECHNOLOGIEFABRIK **aktuell**

K A R L S R U H E

## I N H A L T

1 / ADT-Frühjahrstagung

1 / IntelliShop

2 / Kontakte nach Süd-Korea

2 / Marketing-Leitfaden

3 / Kundengespräche richtig führen

3 / Westernacher bezieht neues Domizil

3 / E-Mail Archiv

4 / Firmenporträt: webpoint

4 / Praxisreihe Fachthemen: Veranstaltungstermine

## ADT-Frühjahrstagung

Vom 06. bis 08. Mai 2007 fand in Rendsburg unter dem Motto „Innovationszentren – Netzwerke für den Erfolg“ die ADT Frühjahrstagung statt. Im Eröffnungsplenum stellte der Minister für Wissenschaft, Wirtschaft und Verkehr des Landes Schleswig-Holstein, Dietrich Austermann, die Situation des Landes dar. Dort wurden in den vergangenen Jahren 18 Innovationszentren durch das Land initiiert. Minister Austermann betonte, dass damit eine ausreichende Infrastruktur in Schleswig-Holstein geschaffen worden sei. Der Präsident des ADT-Bundesverbandes stellte fest, dass auch im nördlichsten Bundesland eine Innovationszene entstanden sei, die gute Voraussetzungen für künftige Entwicklungen biete. Der Bür-

germeister der Stadt Rendsburg sowie der Geschäftsführer der Wirtschaftsförderungsgesellschaft dieses Kreises betonten die große Bedeutung des Innovationszentrums als Kern einer wirtschaftlichen Entwicklung, die in diesem bisher landwirtschaftlich geprägten Landstrich besonders notwendig sei.

*Betonte die Bedeutung der Innovationszentren: Minister Austermann*



## IntelliShop

In nur wenigen Monaten hat das in der Technologiefabrik Karlsruhe ansässige Unternehmen euroSolutions den Online-Shop der T-Mobile Austria GmbH auf die leistungsfähige IntelliShop 4.0 eCommerce Suite umgestellt.

„Unser Webshop hat deutlich an Flexibilität und Usability gewonnen. IntelliShop 4.0 bietet uns einen höheren Funktionsumfang und ermöglicht uns zukünftig, weit schneller und besonders flexibel auf aktuelle Änderungen reagieren zu können“, betont Georg Mündl, der Geschäftsleiter des Vertriebs T-Mobile Austria. Überrascht gewesen sei man

auch darüber, dass zu den neu gewonnenen technischen Möglichkeiten ebenfalls sehr hohe und nachhaltige Kosteneinsparungen realisierbar gewesen seien. Auch seien die hohe Stabilität und die moderne Technologie der Suite ausschlaggebend gewesen.

Ein weiteres wichtiges Kriterium für den Umstieg auf IntelliShop 4.0 war das von der euroSolutions GmbH angebotene Full-Service-Konzept. Im Rahmen dessen werden der T-Mobile Austria GmbH alle für den Online-Shop relevanten Leistungen zentral

aus einer Hand bereitgestellt. Neben der Bereitstellung, Wartung und der fortlaufenden Erweiterung des T-Mobile Online-Shops werden zentrale Leistungselemente wie Hosting, Erfolgsauswertung, und Überwachung direkt von der euroSolutions GmbH übernommen.

In den kommenden Monaten werden zusammen mit dem Projektpartner Siemens IT Solutions und Services GmbH weitere Backend-Systeme integriert, um eine mehrheitliche Automatisierung zu erreichen.

**euroSolutions GmbH**  
- the eCommerce Company -



Der Karlsruher SC spielt nun endlich wieder in der ersten Liga und auch die Technologiefabrik Karlsruhe hat kürzlich bestätigt bekommen, in der Champions League deutscher Gründerzentren zu spielen. Als eines von

zwei Gründerzentren wurde die Technologiefabrik von koreanischen Experten als besonders interessant eingestuft und nach Südkorea eingeladen. Dort wurde das Konzept der Technologiefabrik vorgestellt. Nicht zuletzt stieß auch unsere Veranstaltungsreihe auf großes Interesse. In deren Rahmen werden im Juni wieder Seminare angeboten. Schauen Sie doch einfach mal auf [www.technologiefabrik-ka.de](http://www.technologiefabrik-ka.de) vorbei. Bestimmt ist ein interessantes Thema für Sie dabei.

Herbert Hoffmann



## Kontakte nach Süd-Korea

Süd-Korea ist eines der Länder, die im asiatischen Wirtschaftsraum zwar nur über eine geringe Fläche, aber dennoch über ein großes wirtschaftliches Potenzial verfügt. Ein wirtschaftlicher Aufschwung ist überall im Land spürbar. Korea hat lange Zeit die wirtschaftliche Struktur der einzelnen Staaten in Europa beobachtet und nun beschlossen, stärker mit Deutschland in Kontakt zu treten. Man hat in Deutschland Strukturen erkannt, die für Südkorea nachahmenswert erscheinen.

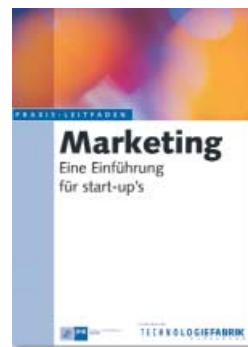
Bei einem Besuch in der Region Chungbuk (südöstlich von Seoul) war Herbert Hoffmann Gast bei der Eröffnung eines neuen Innovationszentrums, das den Technologietransfer zwischen Universität und Wirtschaft im Fokus hat. Die Kontakte zu Deutschland sollen weiter vertieft werden. Aus diesem Grund wird in Kürze eine koreanische Gruppe Deutschland erneut besuchen und bei dieser Gelegenheit auch in der Technologiefabrik zu Gast sein.

## Marketing-Leitfaden

In den vergangenen Jahren hat sich das Marketing eines Unternehmens immer mehr zu einem entscheidenden Erfolgsfaktor entwickelt. Mit dem richtigen Marketing lässt sich der Erfolg eines Unternehmens deutlich verbessern. Schon für Start-ups, die neu am Markt sind, lässt sich dadurch viel gewinnen. Gutes Marketing zahlt sich aus, auch in barer Münze.

Die Technologiefabrik Karlsruhe hat einen Marketing-Leitfaden entwickelt, der sich an Start-ups richtet. In neun Kapiteln erfährt der angehende Marketing-Fachmann die wichtigsten Dinge, die rund um das Thema wissenswert sind. Dabei wird nicht allzu sehr auf die Theorie abgehoben. Das, was jeden Unternehmer interessiert, ist doch die Praxis und darauf zielt der Leitfaden ab. Die Technologiefabrik weiß, wo der Schuh bei den Unternehmen drückt und deswegen kommt das handliche Heft schnell zum Punkt.

Beginnend wird den Unternehmern die Bedeutung und Zielsetzung erklärt. Der Leser erfährt, warum auch für junge Firmen Marketing unverzichtbar ist. Danach geben die Macher einen Einblick in übliche Strategien im Bereich des Marketings. Wie platziert ein Unternehmen am besten ein neues Produkt auf einem bestehenden Markt? Oder muss der Markt dafür erst noch geschaffen werden? Auch die Kundeneinbindung darf bei der Strategieausrichtung nicht vergessen werden. Schließlich soll das Produkt ja Abnehmer finden. In einem weiteren Kapitel werden einzelne Marketing-Instrumente erklärt. Das Wichtigste dabei sind die so genannten vier Ps, also Price, Place, Product und Promotion. Doch ohne eine Marktanalyse lassen sich diese Instrumente nicht sinnvoll einsetzen. Also erläutert der Leitfaden auch das Mittel der Marktanalyse. Ist die Analyse über die Bühne gegangen,



muss konzeptioniert werden. Auch darüber erfährt der Leser Grundlegendes.

Weiterhin werden spezielle Maßnahmen zur Unterstützung des Marketings vorgestellt. So dürfte es von Interesse sein, dass man per elektronischem Newsletter

einfach und unkompliziert den Kontakt zu seinen Kunden halten kann. Und welche Rolle spielt Kundenakquise, gerade für Start-ups? Auch dazu gibt der Leitfaden Tipps. Welche Bedeutung die Öffentlichkeitsarbeit für das Marketing eines Start-ups hat, wird ebenso erläutert.

Mit diesem praktischen Leitfaden an der Hand sollte das Marketing für junge Firmen gleich um einiges verständlicher sein. Es wird nicht das letzte Heft in dieser Form bleiben. Weitere praktische Helfer zu speziellen Themen sind bereits geplant.



„Das Kundengespräch“ stieß auf großes Interesse

## Kundengespräche richtig führen

In der richtigen Vorbereitung liegt die Grundlage für ein erfolgreiches Kundengespräch. Dabei gilt es einige Dinge zu beachten. Bei der Veranstaltung „Das Kundengespräch“, die im Rahmen der Praxisreihe Fachthemen veranstaltet wurde, erhielten die Teilnehmer Impulse zur effektiven Vorbereitung von Kundengesprächen. Neben Themen wie „Kunden richtig erkennen und einschätzen“ sowie „gezielte Gesprächsvorbereitung aus der Praxis“ wurde auch erläutert, wie häufige Fehler vermieden werden können.



Ines Schreck (Technologiefabrik) und Walter Büttner (Westernacher)

## Westernacher bezieht neues Domizil

Das Unternehmen Westernacher Public Services AG hatte seinen Standort mehrere Jahre in der Technologiefabrik Karlsruhe. Ende März 2007 war es dann soweit – der Abschied nahte. Das Unternehmen hat mittlerweile sein neues Domizil in Bruchsal bezogen und wird zukünftig von dort aus die Geschäfte tätigen. Während der Jahre in der Technologiefabrik hatte sich das Unternehmen beständig weiterentwickelt. Wir wünschen der Geschäftsleitung sowie allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern viel Erfolg und für die Zukunft alles Gute.

## E-Mail Archiv

Die E-Mail ist aus der täglichen Kommunikation im Büroalltag gar nicht mehr wegzudenken. Je nach Unternehmensgröße können täglich riesige Berge an Nachrichten auflaufen, die meisten davon mit geschäftsrelevanten Inhalten. Was einige noch nicht wissen: Seit 2002 verlangt der Gesetzgeber eine Archivierung dieser elektronischen Dokumente. Über einen Zeitraum von zehn Jahren müssen E-Mails revisionssicher archiviert werden, sonst droht Ungemach.

So ist es sinnvoll, dass jedes Unternehmen genau über seine E-Mail-Archivierung grübelt beziehungsweise seinen derzeitigen Umgang mit der elektronischen Post genau unter die Lupe nimmt. Entspricht der Umgang damit auch wirklich geltendem Recht? Ist die Archivierung wirklich sicher? Folgende Punkte sind dabei relevant.

### Voller Speicher

Nur allzu schnell können Mails große Speichermengen fressen. Im Umgang mit den Speicherfressern bieten sich drei Möglichkeiten. So kann der Speicher einfach nachgerüstet werden, was mit Kosten verbunden ist. Oder aber, den Benutzern wird der Speicherplatz limitiert. Dabei kann die maximale Postfachgröße von den Benutzern aber je nach Mail-Umfang schnell erreicht werden. Es gibt auch die Möglichkeit, alte E-Mails als so genannte PST-Dateien auf externen Speichermedien zu sichern. Vorsicht ist hier beim Umgang mit Passwörtern geboten, wenn auf diese PST-Dateien wieder zugegriffen werden soll.

### E-Mails versehentlich gelöscht

Es ist besser, über das Löschen einer Mail erst einmal genau nachzudenken, bevor sie sofort ins Datennirwana zu schicken. Sollte sie noch einmal gebraucht werden, kann eine Restaurierung anhand alter Backup-Daten sehr aufwändig sein.

### Die rechtlichen Grundlagen

Seit 2002 fordert ein Gesetz die revisionssichere Archivierung steuerrelevanter Daten über einen Zeitraum von zehn Jahren. Mit der normalen Speicherung von Mails hat das freilich nichts zu tun. Dennoch muss die Archivierung garantiert sein.

### Die Suche nach Anhängen

Auch die Organisation von E-Mail-Anhängen will bedacht sein. Die Suche nach den häufig wichtigen Dokumenten kann in großen E-Mail-Ordern der Suche nach der Nadel im Heuhaufen gleichen. Sie kann Zeit und Nerven kosten.



### Die Verantwortung des Einzelnen

Jeder Mitarbeiter handelt nach bestem Wissen und Gewissen. Aber ist das auch demjenigen Recht, der letztlich seinen Kopf für verloren gegangene Mails hinhalten muss?

### Fazit

Ein E-Mail-Archiv kann also viel Ärger von einem Unternehmen fernhalten. Um die passende Software-Lösung für die Firma zu finden, gilt es, zwei Dinge zu beachten. Zum einen müssen die Arbeitsabläufe beobachtet werden. Die Handhabung, E-Mails in Ordnern abzulegen, ist Zeit raubend. Genauso verhält es sich mit der Verschlagwortung oder der Suche nach Inhalten über einzelne Ordner. Nicht umsonst haben die großen Suchmaschinen ihr ursprüngliches Prinzip, die Suche über Verzeichnisse, eingestellt und setzen nun auf vernetztes Suchen. Wenn sich an einem Arbeitstag nur zehn Minuten Arbeitszeit einsparen lassen, ist das auf ein Jahr hochgerechnet eine ganze Woche. Zum anderen muss die Software-Lösung hinsichtlich der Erfüllung gesetzlicher Standards überprüft werden. Das heißt, die E-Mails müssen im Original abgespeichert sein, jegliche nachträgliche Veränderung oder Löschung muss ausgeschlossen sein und die Dokumente müssen schnell wieder gefunden werden.

Dr.-Ing. Martina Dressel ist Unternehmerin und Autorin des Buches „E-Mail-Knigge“ (ISBN 3-00-016323-9).

# webpoint edv-service

War vor gut zehn Jahren noch eine überschaubare Anzahl an Arztpraxen komplett vernetzt und mit einem elektronischen Rechnungswesen ausgestattet, ist dies heute nicht mehr wegzudenken. Die Bedürfnisse von Arztpraxen sind jedoch recht speziell, es müssen für die Branche individuelle Lösungen her, mit denen Ärzte und deren Angestellte unkompliziert arbeiten können, um so das Wohl der Patienten nicht aus den Augen zu verlieren. Die Firma webpoint edv-service in der Karlsruher Technologiefabrik hat sich auf die Beratung und Ausstattung von Arztpraxen spezialisiert. Seit Herbst 2004 schon hat das Unternehmen unter der Führung von Gründer Thomas Wolf seine Zelte in der Karlsruher Oststadt aufgeschlagen.

Angefangen hat die Geschichte der Firma im März 2002, als sich der vormals angestellte Thomas Wolf mit seinem EDV-Dienstleistungsunternehmen selbstständig machte. Schon bald wurde klar, dass spe-

ziell im Bereich der IT-Dienstleistungen für Arztpraxen einiges im Argen lag. Die Beratung war häufig schlecht und unzulänglich. Für den Unternehmer Wolf war das ausschlaggebend, sich zu spezialisieren und zukünftig mit dem Münchner Unternehmen Promedico zusammenzuarbeiten. Das Softwarehaus ist Entwickler der speziell auf Arztpraxen abgestimmten Software easymed, die Thomas Wolf seinen Kunden installiert und passend auf die Praxis einrichtet.

Das Angebot von webpoint umfasst jedoch noch mehr. So dient webpoint als ganzheitlicher Ansprechpartner, der von Anfang bis Ende die IT-Einrichtung einer Praxis übernimmt, also auch die Installation der entsprechenden Netzwerke und anderer Hardware. webpoint sorgt für die passenden Schnittstellen zwischen den einzelnen Geräten, sodass auch bildgebende Diagnoseverfahren in den digitalisierten Praxisalltag integriert werden können.

Derzeit betreut webpoint 30 Arztpraxen in Karlsruhe und auch angrenzender Re-

gionen. In einigen Praxen sind dabei bis zu zehn Rechner miteinander vernetzt.

Dass die derzeit noch als Ein-Mann-Unternehmung geführte Firma expandiert, ist recht wahrscheinlich. Die stetig voranschreitende Technik hält nach wie vor immer mehr Einzug in die Arztpraxen. Auch kommt nun langsam eine neue Generation Mediziner von den Unis. Sie haben die EDV-Technik selbst kennen gelernt und vertrauen der IT-Technik bisweilen viel mehr als noch ihre älteren Kollegen, für die sich die Neuausstattung einer Praxis mit kompletter IT-Struktur nicht mehr rechnet. Zudem ist der Einsatz von Computern auch in der Welt der niedergelassenen Ärzte praktisch nicht mehr wegzudenken. Dabei wird vermutlich auch der bereits angedachte vollelektronische Gesundheitspass seinen Teil dazu beitragen.

So plant auch Thomas Wolf, seine Firma zu erweitern, um in Zukunft noch mehr den Vertrieb nach vorne zu bringen und so die Kundenakquise zu steigern.

## Termine der „Praxisreihe Fachthemen“

**12.06.2007**

„IT-Verträge aktiv gestalten und managen“

Referent: Dr. Tobias Sedlmeier

**26.06.2007**

„Investitionsgüter mit Herz und Verstand vermarkten“

– Professionelle Marketingkommunikation im B-to-B-Bereich“

Referent: Joachim Tatje

**Training**

**03.07.2007**

TRAINING – „Kleider machen Leute, Manieren den feinen Unterschied – Business Knigge: Sicher bewegen auf glattem Parkett“

Referenten: Wolf Scholz M.A., Dr.-Ing. Martina Dressel



## IMPRESSUM

Herausgeber:

Technologiefabrik Karlsruhe GmbH  
Haid-und-Neu-Str. 7  
76131 Karlsruhe  
Telefon (0721) 174-272  
Fax (0721) 174-268  
info@technologiefabrik-ka.de  
www.technologiefabrik-ka.de

Redaktion: mediaByte GbR / ka-news.de  
August-Schwall-Str. 10  
76131 Karlsruhe  
Telefon (0721) 663 20-0

Layout + Satz: E. Fieber, Karlsruhe

ISSN 1617-9986

Aktuelle und ältere Ausgaben der 'Technologiefabrik aktuell' können Sie auf unserer Homepage als pdf-Datei anschauen und herunterladen.