

IT

MITTEL STAND

IT-BUSINESS IM MITTELSTAND



IM INTERVIEW

Bernhard Fröh (re.), Geschäftsführer der **Kardex Bellheimer Metallwerke GmbH**, **Klaus Becker** (li.), Leiter Disposition, und Produktionsleiter **Peter Herodes** (mi.)

Seite 20

BUSINESS INTELLIGENCE

Wissen macht schlau

Seite 26

SOFTWARE AS A SERVICE

Ist Mietsoftware den Kinderschuhen entwachsen?

Seite 40

SPEICHERMANAGEMENT

Die Folgen der Digitalisierung

Seite 50

DIE KARDEX BELLHEIMER METALLWERKE

IT-Projekt namens „Spe...



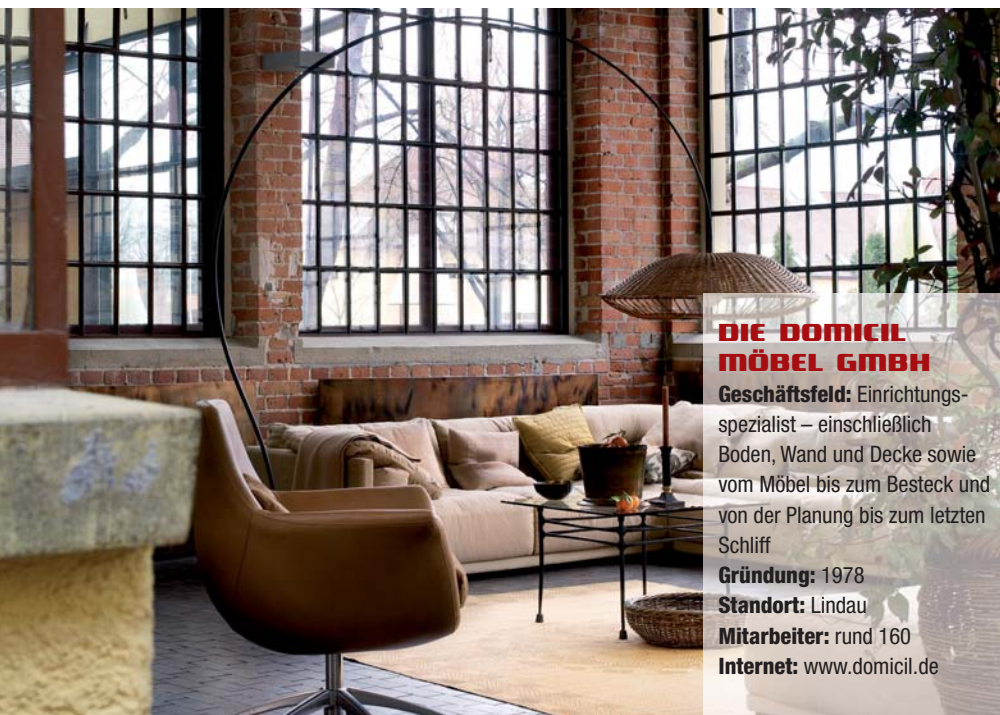
Auszug aus...



© MEDIENHAUS Verlag GmbH | www.itmittelstand.de

Schluss mit der Tristesse

Die mittelständische Domicil Möbel hat mit einer Software as a Service (SaaS)-Lösung die Marketing-Planung und -Budgetierung fest im Griff.



DIE DOMICIL MÖBEL GMBH

Geschäftsfeld: Einrichtungs-spezialist – einschließlich Boden, Wand und Decke sowie vom Möbel bis zum Besteck und von der Planung bis zum letzten Schliff

Gründung: 1978

Standort: Lindau

Mitarbeiter: rund 160

Internet: www.domicil.de



„Einrichten mit Gefühl“ – so lautet einer der Leitgedanken der mittelständischen **Domicil Möbel GmbH aus Lindau**

Im Jahr 2005 wurde das mittelständische Einrichtungshaus Domicil Möbel an das Unternehmen HTL International Holdings aus Singapur verkauft – der Ausgangspunkt für eine weitere nationale und internationale Expansion der Marke Domicil. Die neue Domicil Möbel GmbH vertreibt ihre Kollektion in 22 Einrichtungshäusern in ganz Deutschland und in je einem in Wien und Sofia. Die Zahl der Verkaufsstellen zeigt eine klar steigende Tendenz. Übernahme und Wachstumskurs bedeuten auch für die zentrale Marketingabteilung des Möbel-spezialisten, die die Marketingaktivitäten für alle Einrichtungshäuser plant und budgetiert, ein Mehr an Aufgaben. Um operative und administrative Abläufe im Marketing zu optimieren, machte man sich daher im Herbst 2007 auf die Suche nach einer entsprechenden Marketinglösung. Fündig wurde das Unternehmen beim „Marketing Planer“ von BrandMaker.

Zuvor arbeitete die Marketingabteilung hauptsächlich mit MS Excel und stieß damit angesichts des Expansionskurses zunehmend an Grenzen. „Wir hatten Schwierigkeiten, den Überblick über alle laufenden Maßnahmen, Projekte und die jeweiligen Budgets zu behalten“, erläutert Nadine Werkmeister, Assistentin der Marketingleitung bei Domicil Möbel. Zudem muss das Marketing dem Mutterkonzern in Singapur seit der Übernahme nicht nur ein Mal pro Jahr einen detaillierten Media- und Budgetplan vorlegen, sondern zusätzlich vierteljährlich Budgets abgeben. „Mit Excel war der Zeitaufwand dafür

sehr hoch – und die Arbeit war wegen der unkomfortablen Formatierung teils nervenaufreibend“, schildert Werkmeister.

Nutzung über das Internet

Die neue Software sollte unter anderem einen transparenten Überblick über alle laufenden Projekte und die Budgets ermöglichen, leicht zu handhaben sein und über umfassende Export- und Reportingfunktionen verfügen. „Nach der Anfrage bei mehreren Anbietern hat sich schnell herausgestellt, dass es auf dem deutschen Markt nur eine Marketing-Planungs-Software gibt, die unsere Anforderungen genau abbildet – und das war der BrandMaker Marketing Planer“, erläutert Nadine Werkmeister. Das Tool unterstützt Marketingverantwortliche umfassend bei der Planung, Umsetzung und Auswertung ihrer Aktivitäten und Budgets.

Seit Februar 2008 ist die Software bei Domicil Möbel im Einsatz. Damit ist der Mittelständler einer der ersten Nutzer überhaupt, der den Marketing Planer im Software as a Service (SaaS)-Modell über das Internet nutzt. Das SaaS-Paket beinhaltet für den Preis von 9,90 Euro pro Monat und Arbeitsplatz neben der webbasierten Nutzung des Tools auch umfangreiche Wartung, regelmäßige Updates und Backups. Heute plant die Marketingabteilung mit der Software sämtliche Aktivitäten für die 24 Einrichtungshäuser – von Anzeigen und Mailings über

Radiokampagnen und Pressemeldungen bis hin zu Messen und Kundenveranstaltungen. Das Aufgabenportfolio der Marketingabteilung umfasst inzwischen 111 verschiedene Aktivitäten, sogenannte Jobs.

„Wir haben die Software zunächst vor allem für die Budgetplanung, das Budgetmanagement und zur Rechnungserfassung und -verwaltung eingesetzt“, erklärt Nadine Werkmeister. Das



Tool stellt Maßnahmenbudgets und tatsächlich angefallene Ist-Kosten transparent gegenüber und berechnet automatisch Budgetsummen und Restbudgets.

„Transparenz wird auch dadurch geschaffen, dass die Budgetübersichten zur entsprechenden Zeitleiste im Kalender angezeigt werden“, so Werkmeister. Zudem liefert die Software sowohl über Budgets als auch über geplante Maßnah-

„Wir hatten Schwierigkeiten, den Überblick über alle laufenden Maßnahmen, Projekte und die jeweiligen Budgets zu behalten“, erläutert **Nadine Werkmeister**, Assistentin der Marketingleitung bei Domicil Möbel

men detaillierte Auswertungen und Reports, die sich dann auf Knopfdruck als PDF- oder Excel-Datei ausgeben und exportieren lassen. Damit wird die vierteljährliche Budgetabgabe deutlich erleichtert.

Planungsdaten mehrdimensional abbilden

Auch für ihre umfassende Aktivitätenplanung setzt die Marketingabteilung mittlerweile die Software ein. „Zu jedem Job haben wir jetzt eine Ebene angelegt, die sich gemäß einer Baumstruktur in weitere Unterebenen gliedert“, beschreibt Werkmeister. „So hat der Job Broschüre beispielsweise die Unterebenen Gestaltung und Produktion. Auf jeder Ebene findet sich eine Übersicht – über die Planung, den Ist-Stand, Arbeitsanweisungen oder auch über die Budgets. Anders als bei Excel können wir bei den relevanten Informationen, die wir hinterlegen möchten, mit dem neuen Tool in die Tiefe gehen und Planungsdaten mehrdimensional abbilden.“ Einmal erstellte Zeit- und Budgetpläne dienen als Grundlage für die Planung kommender Aktivitäten: „Wir können heute die bestehende Planung für Jobs, die wir regelmäßig durchführen – wie Räumungsverkäufe oder Neueröffnungen – einfach für ein neues Projekt übernehmen“, so Werkmeister. Die Software bildet aber auch die Maßnahmenplanung für beliebig viele Folgejahre ab. So überträgt Domicil Möbel die komplette Jahresplanung von 2008 in das nächste Jahr. Einzelne Maßnahmen sind dann nur noch nachzujustieren.

Auch für das Jahr 2009 sind bei Domicil Möbel Neueröffnungen weiterer Standorte und Franchise-Häuser in Planung – innerhalb und außerhalb Deutschlands. Die Marketingabteilung von Domicil kann dieser Expansion jetzt gelassen entgegensehen. Nach der Einführung des Softwarewerkzeugs gehören Probleme mit der mangelnden Übersicht über die wachsende Anzahl an Einrichtungshäusern und Projekten der Vergangenheit an. **← Jutta Freisen**