

Was ist heute möglich - was fordert die Zukunft?

Am Round Table diskutierten Unternehmer der Front über:

- elektronische Lieferantenplattformen und deren Anwendung in der Metallbaubranche
- Mobile Websites und deren Möglichkeiten
- QR-Codes und was dahintersteckt
- Social Media - eine sinnvolle Plattform für den Metallbauunternehmer?

Gesprächsteilnehmer

Markus Poletti (rechts hinten)
Direktor und Leiter Customer Relations
Debrunner Koenig-Gruppe, St. Gallen

Die Debrunner Koenig-Gruppe ist heute weit mehr als ein lagerhaltender Werkstoffhändler. Sie beliefert die Kunden nicht nur - sondern unterstützt sie aktiv bei Problemlösungen und bietet auch umfangreiche Dienstleistungen im Bereich bedarfsgesteuerte Bewirtschaftungssysteme an:

- webbasierte elektronische Lieferantenplattform, mit der Einbindung von Drittlieferanten (bws shop+)
- Lagerbewirtschaftungssystem mit Strichcode (bws code)
- Bedarfsermittlung durch Wägezellen (bws scale)
- Kanban-Systeme (bws 2box)

Marcel Vogel (rechts vorne)
Geschäftsleiter und Mitinhaber der
Cyberfactory AG, Egg / Zürich

Cyberfactory AG bietet umfangreiche Komplettlösungen sowie Web-Dienstleistungen in den Bereichen Internetauftritt, Personalisierung und Web-to-Print an. Als Generalunternehmen aus der grafischen Branche unterstützt die Cyberfactory AG ihre Kunden in allen Kommunikationsbereichen.

Edi Odermatt (links vorne)
Inhaber und Geschäftsleiter
Helfenstein Metallbau AG, Horw / LU

Die Helfenstein Metallbau AG ist mit rund 25 Mitarbeitenden im heterogenen, qualitativ anspruchsvollen, Metallbau tätig.

René Pellaton (links hinten)
Redaktor / Gesprächsleitung / Interview

Herr Poletti, die Debrunner Koenig-Gruppe hat mit ihrer elektronischen Lieferantenplattform neue Wege eingeschlagen. In welchen Bereichen ist Ihre Firma tätig und was bietet sie ihren Kunden heute?

Wir stellen unseren Kunden heute ein Portal zur Verfügung, das ihnen vielfältige Möglichkeiten bietet, Bestellwesen und Lagerbewirtschaftung abzuwickeln. Durch die Integration von allen wichtigen Drittlieferanten-Katalogen kann dabei der Kunde seinen gesamten Bedarf über eine einzige Plattform bewirtschaften. Dabei kommen verschiedenste Lösungen zum Einsatz, z.B. Bestellauslösung per Strichcode, über ein automatisches Wägesystem oder

IT

Quelles sont les possibilités d'aujourd'hui et les exigences de demain ?

Dans le cadre d'une table ronde, des entrepreneurs de premier plan ont abordé :

- les plates-formes fournisseurs électroniques et leur emploi en construction métallique,
- les sites Internet mobiles et les possibilités qu'ils offrent,
- les codes QR et ce qu'ils cachent,
- les réseaux sociaux (plate-forme pertinente pour les entreprises de construction métallique ?).

Participants à la discussion

Markus Poletti (derrière à droite)
Directeur et responsable Customer Relations
Debrunner Koenig Management AG-GruppeDe-

brunner Koenig-Gruppe est aujourd'hui plus qu'un distributeur de matériaux de stock, qui ne se contente pas de fournir ses clients, mais les soutient activement pour la résolution de problèmes et offre une gamme complète de services pour les systèmes d'exploitation personnalisés :

- plates-formes fournisseurs sur Internet, avec intégration de fournisseurs tiers (bws shop+)
- systèmes d'exploitation de stocks avec code-barres (bws code)
- évaluation des besoins par des cellules de charge (bws scale)
- systèmes Kanban (bws 2box)

Marcel Vogel (devant à droite)
Directeur et copropriétaire de
Cyberfactory AG, Egg / Zurich

Cyberfactory AG offre une gamme de solutions complètes et des services web dans les domaines de l'accès à Internet, de la personnalisation et



Markus Poletti (rechts hinten), Marcel Vogel (rechts vorne), Edi Odermatt (links vorne), René Pellaton (links hinten) diskutieren über die Nutzung elektronischer Medien im Metallbau.

Markus Poletti (derrière à droite), Marcel Vogel (devant à droite), Edi Odermatt (devant à gauche), René Pellaton (derrière à gauche), discutent de l'utilisation des supports électroniques en construction métallique.

durch Direktanbindung an das Computersystem des Kunden. Die Grundlage dafür ist unser bws shop, hier haben die Kunden z.B. 24 h Zugriff auf das gesamte Sortiment der Debrunner Acifer, können Anfragen und Bestellungen machen, Warenkörbe automatisch bewerten lassen, Warenverfügbarkeit und Bestellstati abfragen und vieles Weitere mehr. Zusätzlich bieten wir dazu eine Mobile App an, die den grössten Teil dieser Funktionen, bis hin zur Bestellauslösung mittels Laserscanner, auch unterwegs, beispielsweise auf der Baustelle zur Verfügung stellt. Zu erwähnen ist dabei, dass jedes Unternehmen, vom Grosskonzern bis zum KMU, diese Systeme nutzen kann, in der Regel ohne spezielle Investitionen. Die Ansprechpartner der Debrunner Acifer stehen jederzeit für ein Beratungsgespräch zur Verfügung, um gemeinsam mit dem Kunden zu evaluieren, welches System für ihn optimal geeignet ist.



Laserscanner im Einsatz mit der iPhone App bws®mobile von Debrunner Acifer
Scanner laser utilisé avec l'application iPhone bws® mobile de Debrunner Acifer

du Web-to-Print. En tant qu'entreprise générale spécialisée dans le graphisme, Cyberfactory AG soutient ses clients dans tous les domaines de communication.

Edi Odermatt (devant à gauche)

Propriétaire et directeur

Helfenstein Metallbau AG, Horw / LU

Helfenstein Metallbau AG et ses 25 collaborateurs sont actifs dans le domaine polyvalent et qualitativement exigeant de la construction métallique.

René Pellaton (derrière à gauche)

Rédaction / animation / interview

M. Poletti, Debrunner Koenig Management AG a pris un nouveau tournant avec sa plate-forme fournisseurs électronique. Dans quels domaines votre entreprise est-elle active et que proposez-vous aujourd'hui à vos clients ?

Nous mettons aujourd'hui un portail à disposition de nos clients, leur offrant de multiples possibilités pour le traitement des commandes et la gestion des stocks. L'intégration de tous les catalogues des fournisseurs tiers importants permet au client de gérer tous ses besoins sur une seule plate-forme. Les solutions les plus diverses sont ainsi utilisées, par ex. pour passer une commande par code-barres, avec un système de

pesée automatique ou une connexion directe au système informatique du client. Notre bws shop en constitue la base, il offre par ex. à nos clients un accès 24 h/24 à toute la gamme Debrunner Acifer, leur permet de déposer des demandes et passer commande, calculer automatiquement le montant des paniers, consulter la disponibilité des marchandises et les statuts de commande et bien plus encore. En outre, nous complétons notre offre par une App mobile qui donne accès à la majorité de ces fonctions, notamment le passage de commande par scan laser, même en déplacement, sur un chantier par exemple. À noter que toutes les entreprises, des grands groupes aux PME,

peuvent utiliser ces systèmes, sans généralement nécessiter des investissements spécifiques. Les interlocuteurs de Debrunner Acifer sont à tout moment à disposition pour apporter leurs conseils, afin d'évaluer avec le client quel système est optimisé pour ses besoins.

M. Odermatt, un traitement électronique des commandes ou une gestion électronique des stocks pourraient-ils être pertinents pour votre entreprise ?

Oui, ça l'est certainement. Depuis plusieurs années, nous commandons nos vis et autres outils avec un système à code-barres. Nous passons commande manuellement. Nous >

Herr Odermatt, könnte eine elektronische Bestellabwicklung oder Lagerbewirtschaftung auch für Ihren Betrieb sinnvoll sein?

Ja sicher, das ist es auch. Seit einigen Jahren bestellen wir über ein Strichcode-System Schrauben und Werkzeug. Die Bestellung lösen wir manuell aus. Als angenehmer Nebeneffekt stellten wir fest, dass sich die Ordnung und Übersicht in unserem Magazin wesentlich verbessert hat. Aber auch Aluminiumprofile für Türen und Fenster werden ab Zuschnitt- und Optimierungsliste direkt online beim Profillieferant bestellt. Natürlich wäre da noch viel Potential. Ich denke an die elektronische Beschaffung von Stahlprofilen für den Stahlbau, aber auch an weitere - im Beschaffungsbereich zeitlich aufwendige - Materialien. Wenn man als Unternehmer den jährlichen Beschaffungsaufwand eruiert, merkt man bald, dass da noch einiges einzusparen wäre.

Sie sagen, dass noch einiges einzusparen wäre. Sind die Metallbau-Unternehmer diesbezüglich rückständig?

So hart würde ich das nicht ausdrücken, aber wir gehören sicher einer Branche an, die sich stark ausführungstechnisch orientiert. Innovationen im Beschaffungswesen sind eher kaufmännischer Natur - und vielleicht fehlen hier - besonders in kleineren Unternehmen - die personellen Ressourcen. Zudem ist festzustellen, dass Unternehmen mit jüngerem Personal diesbezüglich fortschrittlicher eingestellt sind.

Herr Vogel, Sie sind Anbieter von komplexen Web-Lösungen. Können Sie kurz den Unterschied einer - von Herr Poletti erwähnten - App und einer mobilen Web-Lösung erklären?

Ja, natürlich. Einsteigend muss ich festhalten, dass die Cyberfactory AG nur Web-Lösungen selber inhouse programmiert, App's hingegen mit externen Partnern realisiert. Eine App ist ein in sich geschlossenes Programm und kann in einem App-Store bezogen, resp. >

> heruntergeladen werden. Für die Publikation von sich nicht verändernden Daten ist eine App die erste Wahl. Das Dübel-Statik-Programm von Hilti beispielsweise kann problemlos als App publiziert werden, da sich die statischen Werte eines Dübels nicht verändern. Sobald eine App eine Online-Verbindung herstellen muss, lohnt sich ein Vergleich mit einer mobilen Web-Lösung.

Will eine Firma z.B. eine sich stetig verändernde Preisliste publizieren, so ist dies auch mit einer mobilen Web-Lösung möglich. Mit dem Zugriff schafft der Nutzer eine Online-Verbindung auf das Internetportal des Anbieters. Dem Vorteil der Aktualität steht der Nachteil der notwendigen Verbindung gegenüber. Damit eine mobile Web-Lösung auch im App-Store gefunden werden kann, kann sie auch in eine App eingebunden werden. Die App bildet dann lediglich eine Hülle.

Herr Poletti, wohin bewegt sich der Trend im Beschaffungswesen?

Grundsätzlich möchte ich festhalten, dass im Bereich Beschaffungswesen ein riesiges Potential steckt. Durch Verbesserung der Prozesse und



QR-Codes ermöglichen eine Informationsverteilung auf einfachste Art.

Les codes QR sont la méthode d'approfondissement de l'information la plus simple.

durch Standardisierung und Planung können enorme Kosteneinsparungen erzielt werden. Wir bieten dazu jedem einzelnen Kunden eine Lösung an, die auf ihn zugeschnitten ist. Dabei sind wir bestrebt, dem Kunden eine hohe Konformität zu bieten. Eine im bws shop getätigte Bestellung beispielsweise kann direkt in das EDV-System des Kunden eingespeist werden,

so dass sie dort direkt weiterverarbeitet werden kann. Und diese Einbindung ist für den Kunden kostenlos.

Herr Vogel, Ihre Firma integriert auch QR-Codes-Printprodukte. Wofür werden diese Codes genutzt?

Ein QR-Code lässt sich am ehesten mit einem Strichcode vergleichen. Er enthält die Informationen, welche z.B. eine elektronische Verbindung auf eine Internetseite (URL) erstellt. Als Lesegerät dient ein Smartphone. Der QR-Code ermöglicht die Anreicherung eines Druckproduktes mit weiteren Informationen auf engstem Raum. Lassen Sie mich ein Beispiel machen: In einem Zeitungsinsert über einen Torantrieb lassen sich nur wenige Informationen aufführen. Ein zusätzlicher QR-Code kann aber die Verlinkung zu sämtlichen technischen Informationen oder z.B. zu einem Video gewährleisten. Dies ermöglicht es dem Interessenten, innert wenigen Sekunden gezielt an die für ihn wichtigen Informationen zu kommen. Ähnliches gibt es auch für Direkt-Bestellungen. QR-Codes können im Internet auf einfachste Weise erstellt werden.

IT

> observons une conséquence bénéfique : l'ordre et la vue d'ensemble se sont considérablement améliorés dans notre magasin. Mais nous commandons aussi des profilés aluminium pour portes et fenêtres à partir d'une liste de découpe et d'optimisation directement en ligne auprès du fournisseur de profilés. Naturellement, des possibilités d'amélioration importantes persistent. Je pense à l'approvisionnement électronique de profilés acier pour la construction en acier, mais aussi à d'autres matériaux, dont l'approvisionnement prend du temps. Lorsqu'on évalue en tant qu'entrepreneur les coûts annuels d'approvisionnement, on observe rapidement que des économies restent possibles dans ce domaine.

Vous dites que des économies restent possibles. Les entreprises de la construction métallique sont-elles rétrogrades sur ce thème ?

Je ne serais pas si radical, mais nous sommes sans doute un secteur qui s'appuie fortement sur les techniques d'exécution. Les innovations en matière d'approvisionnement sont de nature plutôt commerciale, et les ressources en personnel manquent certainement dans ce domaine, notamment dans les petites entreprises. De même, les entreprises dont le

personnel est plus jeune adoptent une attitude plus innovante.

M. Vogel, vous proposez des solutions web complexes. Pouvez-vous expliquer brièvement la différence entre une application (mentionnée par M. Poletti) et une solution web mobile ?

Oui, bien sûr. Tout d'abord, je tiens à préciser que Cyberfactory AG développe en interne uniquement des solutions web alors que les applis sont réalisées avec des partenaires externes. Une application est un programme autonome qui peut être acheté ou téléchargé depuis un App-Store. L'appli est le produit de choix pour la publication de données fixes. La gamme de chevilles statiques de Hilti peut par exemple être publiée sans problème sous forme d'appli, car les valeurs statiques d'une cheville ne varient pas. Dès qu'une appli doit disposer d'une connexion à Internet, il est recommandé d'envisager une solution web mobile. Si une société souhaite par ex. publier une liste de prix variable, il est aussi possible d'utiliser une solution web mobile. En y accédant, l'utilisateur se connecte au site Internet du fournisseur. À l'avantage d'une mise à jour constante s'oppose l'inconvénient de devoir disposer d'une connexion Internet.

Pour qu'une solution web mobile soit disponible dans un App-Store, elle peut être intégrée dans une appli. L'application sert alors uniquement d'enveloppe.

M. Poletti, quelle est la tendance en matière d'approvisionnement ?

Je tiens à souligner que l'approvisionnement revêt un potentiel considérable. L'amélioration des procédures, la standardisation et la planification permettent des économies énormes. Nous offrons ainsi à chaque client une solution sur mesure. Nous nous efforçons de nous conformer à nos clients. Une commande passée par le bws shop peut, par exemple, être directement intégrée dans le système IT du client pour y être traitée directement. Cette intégration est de plus gratuite pour les clients.

M. Vogel, votre société intègre également des codes QR. À quoi servent-ils ?

Un code QR est très similaire à un code-barres. Il contient les informations permettant d'établir par ex. une connexion vers une page Internet (URL). Un smartphone sert de lecteur. Le code QR permet de compléter un imprimé par des informations complémentaires, sur un espace restreint. Permettez-moi de vous donner

un exemple : une annonce pour un mécanisme de porte dans un journal ne permet de fournir que peu d'informations. L'ajout d'un code QR établit un lien vers l'ensemble des données techniques ou vers une vidéo. Ceci permet au prospect d'accéder en quelques secondes aux informations qu'il recherche. Il en est de même pour les commandes directes. Les codes QR sont très simples à créer sur Internet.

M. Odermatt, les réseaux sociaux comme Facebook ou Twitter sont aujourd'hui utilisés avant tout dans le cadre privé. Vous êtes-vous déjà penché sur un emploi professionnel de ces réseaux ?

Non, du moins pas sérieusement. Ces réseaux sont publics et ne conviennent donc pas à une communication interne. Notre entreprise s'adresse à une clientèle relativement restreinte, et je n'identifie pas un grand besoin. Ces réseaux peuvent éventuellement apporter un complément utile pour le recrutement de personnel.

M. Vogel, voyez-vous des opportunités pertinentes d'usage des réseaux sociaux par une entreprise traditionnelle de construction métallique ?

Uniquement pour les grandes entreprises. La communication interne

Herr Odermatt, Social Media-Plattformen wie Facebook oder Twitter werden heute vor allem im privaten Bereich genutzt. Haben Sie sich schon mal damit befasst, diese Medien auch geschäftlich zu nutzen?

Nein, zumindest nicht ernsthaft. Diese Plattformen sind öffentlich und somit für eine interne Kommunikation nicht geeignet. Da wir in unserer Firma ein relativ kleines Kundensegment ansprechen, sehe ich diesbezüglich kein grosses Bedürfnis. Allenfalls könnten diese Plattformen im Bereich der Personalbeschaffung ergänzend hilfreich sein.

Herr Vogel, sehen Sie Möglichkeiten, Social Media in einem klassischen Metallbaubetrieb sinnvoll einzusetzen?

Nur bei grösseren Firmen. Interne Kommunikation sollte jedoch immer über eine Intranet-Lösung gemacht werden. Betreffend interner Kommunikation wäre es auch wichtig, dass zuerst die Kommunikationsstrategie resp. das Kommunikationsbedürfnis definiert würde und anschliessend erst Ausschau nach geeigneten Mitteln gehalten wird, nicht umgekehrt.

Geschätzte Herren, was wird die Metallbaubranche in elektronischer Hinsicht künftig prägen und wohin bewegt sich der Trend?

Marcel Vogel

Der Trend bewegt sich klar Richtung Personalisierung. Wir werden uns von der gelebten Anonymität wieder auf persönliche Kommunikation hin bewegen. Moderne CRM-Systeme bieten solche Funktionalitäten standardmässig an. Erfolg wird künftig derjenige haben, der seine Kunden kennt und gezielt auf dessen Bedürfnisse eingehen kann. Zudem werden die mobilen Geräte und Verbindungen zunehmen und die Festinstallationen weitgehend ablösen. Verbindungs- und Datentransfer-Probleme werden der Vergangenheit angehören. Auch die Werbebotschaften die uns erreichen, werden immer spezifischer auf unser Bedürfnis zugeschnitten sein.

Markus Poletti

Ich schliesse mich der Meinung von Marcel Vogel an, dass der Trend in Richtung Personalisierung geht. Es wird in Zukunft noch wichtiger

sein, unsere Kunden genau zu kennen und dass wir unser Angebot an Waren und Dienstleistungen optimal auf das Kundenbedürfnis abstimmen. Das Ziel ist dabei immer, eine echte Partnerschaft mit unseren Kunden aufzubauen. Ein weiterer Trend ist die zunehmende Mobilität – die vermehrte Nutzung von mobilen Kommunikationsgeräten wird weiterhin rasant zunehmen. Für uns heisst das, dem Rechnung zu tragen und durch stetige Weiterentwicklung unseren Kunden effiziente Werkzeuge zur mobilen Nutzung zur Verfügung stellen zu können.

Edi Odermatt

Die Metallbau-Unternehmungen werden in den nächsten Jahren einen grossen Wandel durchleben. Die Kommunikation und auch einzelne Abwicklungsprozesse werden vehement an Tempo zulegen. Wichtig scheint mir, dass die neue Entwicklung erkannt wird und die entsprechenden Weichen im Unternehmen gestellt werden. Das heisst, die personellen Ressourcen müssen heute zur Verfügung gestellt werden, um den Trends zu folgen. Wer die Augen davor verschliesst, der wird verlieren. ■

doit cependant toujours passer par un Intranet. S'agissant de la communication interne, il est important de d'abord définir la stratégie ou le besoin de communication avant de se pencher sur les supports adaptés, et non l'inverse.

Chers messieurs, quel sera l'avenir de la construction métallique en matière d'informatique et quelle est la tendance ?

Marcel Vogel :

La tendance évolue clairement vers la personnalisation. Nous allons revenir

d'un certain anonymat à une communication personnelle. Les solutions CRM modernes offrent par défaut des fonctionnalités de ce type. Pour réussir, il faudra connaître ses clients et être capable de répondre à leurs besoins. En outre, les équipements portables et l'Internet mobile vont gagner en importance, prenant la relève des installations fixes. Les problèmes de connexion et de transfert de données appartiendront au passé. Les messages publicitaires qui nous sont présentés répondront à nos besoins de façon toujours plus spécifique.

Markus Poletti :

Je rejoins Marcel Vogel sur le fait que la tendance est à la personnalisation. À l'avenir, il sera encore plus important de connaître précisément nos clients et d'optimiser nos produits et services en fonction des besoins des clients. L'objectif consiste toujours à établir un réel partenariat avec nos clients.

La mobilité croissante est une autre tendance : l'usage d'appareils de communication portables continue d'augmenter de façon fulgurante. Pour nous, il s'agit de faire la part des choses et de proposer à nos clients,

par des améliorations constantes, des outils efficaces pour un usage mobile.

Edi Odermatt :

Les entreprises de construction métallique connaîtront dans les années à venir une importante mutation. La communication et les procédures d'exécution vont largement accélérer. À mes yeux, il est important d'identifier les nouveaux développements et de poser les jalons correspondants. Cela signifie qu'il faut aujourd'hui mettre en place les ressources personnelles pour pouvoir suivre les tendances. Celui qui se voile la face risque de perdre beaucoup. ■