

Nachrichten

„Bio mit Gesicht“ nimmt neue Gesellschafter auf

Frankfurt am Main. Die Bio mit Gesicht GmbH hat in einer außerordentlichen Gesellschafterversammlung zwei neue Gesellschafter aufgenommen. Der regionale Einzelhändler Feneberg (zwölf Verbrauchermärkte und 65 Supermärkte im Allgäu und in Oberschwaben) und der Online-Dienstleister Ökoinform werden künftig die Initiative des Anbauverbandes Naturlands unterstützen. „Mit den neuen Gesellschaftern konnten wir das Fundament unserer Qualitätsinitiative erneut verbreitern“, sagte Frank Wörner, Geschäftsführer der Bio mit Gesicht GmbH. Ziel der Initiative ist es, auf Basis einer technischen Rückverfolgbarkeit den Verbraucher im Handel darüber zu informieren, woher das Produkt stammt und wie es erzeugt und verarbeitet wurde. Beteiligt an der Gesellschaft sind neben dem Naturland-Verband und der Naturland-Marktgesellschaft das Forschungsinstitut für biologischen Landbau (FiBL) Deutschland und die tegut... Gutberlet Stiftung & Co.
Info: www.bio-mit-gesicht.de

Mittelstand unterschätzt Online-Kriminalität

Bochum. Der Mittelstand unterschätzt die Gefahr durch Attacken aus dem Internet. Das hat eine Befragung von 600 Mittelständlern ergeben, die vom Sicherheitsanbieter McAfee in Auftrag gegeben wurde. 58% der Firmen sind demnach „nicht besorgt“, Opfer von Internet-Kriminalität zu werden und der Meinung, sie gäben anders als Großunternehmen kein „lohnendes Ziel“ ab. 45% der Befragten verlassen sich darauf, dass sie durch mangelnde Bekanntheit hinreichend geschützt sind. Für die Autoren der Studie ist das ein Alarmzeichen. Für Internet-Kriminelle käme es bei der Auswahl ihrer Opfer nicht auf die Betriebsgröße an, so die McAfee-Experten.
Info: www.mcafee.com

Abo-Software in der Praxis

Bits & Bytes schickt mit „BioDeliver“ erstmals Software für Abokisten-Betriebe ins Rennen.

Berlin (ru).

Daniela Eisele, die Chefin des Abo-Betriebs Deissenhof in der Nähe des Bodensees, hatte ein Problem: Ihr Unternehmen stagnierte, weil sie an die Grenze der Arbeitsbelastung gekommen war und ihr die notwendigen Freiräume für die Weiterentwicklung fehlten. Die bis dahin verwendete Softwarelösung war zwar zuverlässig, aber etwas hausbacken und auf die Wachstumspläne der Unternehmerin nicht hinreichend ausgerichtet. Durch die Einführung des Warenwirtschaftssystems „BioOffice“ war Daniela Eisele mit der Arbeitsweise des Berliner Softwarehauses Bits & Bytes bereits vertraut und bewarb sich als Testbetrieb für die neue Abo-Software, die bereits auf der diesjährigen BioFach vorgestellt worden war (s. BIOwelt 2/2007, S. 33). Nach der Zusage flog die Firmenchefin nach Berlin und nahm die Software zwei Tage lang unter die Lupe.

Der Zeitrahmen für die Implementierung von „Bio-Deliver“ war eng gesteckt:



Annet Jeschke, Marianne Arnegger und Daniela Eisele vom Deissenhof freuen sich über die reibungslose Implementierung der neuen Abo-Software.

(Foto: Bits & Bytes)

Am Sonntag mittag trafen Joachim Weber und Hermann Gerdes von Bits & Bytes auf dem Deissenhof ein, bereits am Dienstag morgen sollte die neue Software an den Start gehen. Nach der Installation der Hardware lief der Datentransfer von der alten in die neue Software fast reibungslos: Kunden-Adressen, Bankverbindungen und Artikelstamm konnten einfach übertragen werden, nur die so genannten „Vorlieben und Abneigungen“ der Kunden

mussten manuell neu eingepflegt werden.

Als die Software dann am Dienstag morgen in Betrieb ging, konnten sich die Mitarbeiter des Deissenhofs über spürbare Erleichterungen auf allen Arbeitsgebieten freuen. Zwar weckte die Einarbeitung bei manchen Mitarbeitern am Anfang noch etwas Skepsis, das änderte sich jedoch, als bereits am Mittag die Vorteile deutlich wurden: Mit zwei Arbeitsplätzen benötigte das Team insgesamt weniger Zeit

als sonst mit dreien. Auch im Büro konnte Daniela Eisele deutliche Vereinfachungen feststellen: Mit jeder Abo-Kiste geht gleichzeitig die dazu passende Rechnung an den Kunden, der Fahrer bekommt einen ausgefüllten Fahrerbericht mit allen Sonderinformationen und der Tourenplanung. Eine Nachbereitung ist jetzt nicht mehr notwendig, Kundenanrufe werden direkt in die Software eingegeben, und die gefürchtete „Zettelwirtschaft“ bleibt auf der Strecke. Gute Voraussetzungen für den Deissenhof, weiter zu wachsen: Aktuell wird das Kühlhaus erweitert, dann kann sich Daniela Eisele auf die Werbung konzentrieren.

„Die Kundenzahl wird sich im Laufe eines Jahres verdoppeln, da die Wachstumsbremsen jetzt beseitigt sind“, prognostiziert Joachim Weber. Er geht davon aus, dass die Bedeutung der Lieferdienste in der Bio-Branche in den kommenden Jahren deutlich zunehmen wird und die Kosten (1.490 Euro für BioDeliver plus 990 Euro pro Packmodul je Packplatz) schnell wieder eingefahren werden.



Es geht auch ohne Zettelwirtschaft: Daniela Eisele kann sich in Zukunft auf die Werbung und Kundenakquise konzentrieren.

(Foto: Bits & Bytes)

runge@biowelt-online.de