

März 2009

# KundenWelt

Die Kundenzeitschrift für Sage Software-Anwender.

**Themenschwerpunkt CRM:  
Pflegen Sie Ihre Beziehungen!**

**Die neuen CRM-Releases** (S. 8)

**Suchmaschinenmarketing –  
so werden Sie gefunden** (S. 6–7)

**Schluss mit dem  
Auswertungschaos** (S. 21)

**sage**

## Das Geheimnis der Freiheit ist der Mut

*Perikles (ca. 500–429 v. Chr.), athen. Staatsmann*



Liebe Leserinnen, liebe Leser,

wer kennt das Lied nicht: „Über den Wolken muss die Freiheit wohl grenzenlos sein!“ Ich weiß nicht, wie oft ich es schon geträllert habe. Allerdings muss ich – 1,80 m groß – oft feststellen, dass dieses Lied – zumindest für meine Knie! – nicht der Wahrheit entspricht! Ob Reinhard Mey dieses Lied in der Business Class geschrieben hat?

Freiheit – was bedeutet das eigentlich? Für jeden sicherlich etwas anderes. Bestimmen wir eigentlich selbst, welche Freiheit wir uns nehmen? Eine Mutter sagte mir kürzlich, dass sie sich mit 3 Kindern keine Freiheit bzw. keinen Freiraum nehmen könne. Geht Ihnen das auch so? Statistisch gesehen haben wir nie mehr Freizeit gehabt als heute, hatten nie so viel Technik, die mühsame Handarbeit erleichtert oder vermeiden hilft.

Warum fühlen wir uns dann oft in unserem Freiraum eingeschränkt? Setzen wir uns selbst zu viel „Muß“ und zu wenig „Muße“? Wo sollen neue Ideen und Einfälle herkommen, wenn wir uns nicht ab und zu zurücklehnen und die Gedanken schweifen lassen?

Wir können Sie in puncto „zeitsparende Technik“ mit vielen Neuerungen in Ihrem Sage Produkt unterstützen. Sie können sich doch mal den Freiraum nehmen, von Ihrer „Freiheit“ öfter Gebrauch zu machen!

Bis bald, Ihre freiheitsliebende

Leiterin Kundenmarketing

## Impressum

Sage KundenWelt März 2009

Auflage: 32.000  
 Erscheinungsweise: vierteljährlich  
 Herausgeber: Sage Software GmbH  
 Kundenmarketing  
 Emil-von-Behring-Str. 8–14  
 60439 Frankfurt am Main  
 Telefon: +49 (0)69 50007-0  
 Fax: +49 (0)69 50007-1110  
 E-Mail: kundenwelt@sage.de  
 Internet: www.sage.de

Konzeption/Realisation:  
 Katrin Menzel, Sage Software GmbH  
 Sabine Preußer, Sage Software GmbH

Layout/Grafik:  
 Raasch & Partner GmbH

Redaktion: André Altherr, Boris Hillig, Claudia Herdizin, Achim Hubert, Eike Köllner, Sabine Kranz, Katrin Menzel, Ralf Preusser, Sabine Preußer, Mario Schubert, Wolfgang Schwetz, Ludger Siemer, Eckhardt Weinholz, Lutz Wohak, Sylvia Ziegler, Arndt Zimmermann, Christian Zöhrlaut

Fotos: Hersteller, Bildarchive

Druck: alpha print medien AG

Die Inhalte dieser Seiten wurden mit größter Sorgfalt erstellt. Für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität der Inhalte können wir jedoch keine Gewähr übernehmen.

Alle im Text erwähnten Produktnamen oder -bezeichnungen sind geschützte Markenzeichen ihrer jeweiligen Inhaber. Der Nachdruck von Texten ist nur mit Quellennachweis gestattet.

© by Sage Software GmbH

Bei Fragen zu unseren Produkten:  
 Telefon: 069 50007-6333  
 Fax: 069 50007-7277  
 E-Mail: kundenbetreuung@sage.de  
 Infos im Web: www.sage.de

Fragen oder Anregungen? kundenwelt@sage.de

## Im Fokus

CRM – richtiges Wissen im entscheidenden Moment 4–5

## Einblicke

Suchmaschinenmarketing – so werden Sie gefunden 6–7

## Themenschwerpunkt CRM

	Warum CRM-Lösungen Sie weiterbringen!	8
<b>Sage SalesLogix:</b>	Die Highlights der neuen Version	9–10
<b>Sage SalesLogix Mobile:</b>	Alle Kundeninformationen immer und überall zur Hand	11
<b>Sage CRM:</b>	Neues Sage CRM unterstützt bei Kundenbindung und -gewinnung	12–13
<b>ACT!:</b>	Die Vorzüge des neuen ACT! 11	14–15
<b>Anwenderbericht:</b>	Sage CRM – Optimale Kundenberatung durch flexibles Kundenkontaktmanagement	16

## Office Line

<b>Anwenderbericht:</b>	Optimierte Prozesse mit einheitlicher Software	17
<b>Produktinformation:</b>	Office Line Evolution 2010 erweitert Funktionsumfang	18–20

## Business Intelligence

<b>Produktinformation:</b>	Neue Version bringt Effizienz für Ihre Unternehmenssteuerung	21
----------------------------	--	----

## Classic Line

<b>Workshop:</b>	Optimieren Sie Ihren Artikelimport	22–23
<b>Tipps &amp; Tricks:</b>	Das Google-Maps-PlugIn	24
	Die Sperrfunktion	24
	Die Taskleiste übersichtlich gestalten	25
	Kosten- und Sachkontenaufteilungsbuchungen effizient erfassen	25

## Personalwirtschaft

<b>Produktinformation:</b>	Die Personalkosten fest im Griff	26
----------------------------	----------------------------------	----

## Aktuelles

<b>Sage Academy:</b>	Das Jahreswechselfseminar 2008/2009 – ein Rückblick	27
	Die Sage on demand Academy	28
<b>Messetermine:</b>	Cebit	29
	Personal & Weiterbildung	29
<b>ServiceWelt:</b>	Tipps zu Ihrer Software	30

## CRM im Vertrieb – das richtige Wissen im entscheidenden Moment

**Zwar zeigt Customer Relationship Management nach elf abwechslungsreichen Jahren leichte Abnutzungserscheinungen, kann sich aber dennoch in den Charts der Management-Trends weiter auf den Spitzenplätzen behaupten. Offenbar gibt es noch viel zu tun, auch wenn – oder – gerade weil Kundenorientierung in Käufermärkten oft noch „nice to have“ ist.**

Bei mittelständischen Unternehmen im B-to-B-Markt steht der Vertrieb als Schlüssel zum Markt seit Jahren im Mittelpunkt der Aufmerksamkeit. Vertriebsorganisationen mit Außendienst und Verkaufsinendienst stehen zugleich an vier Fronten unter Druck: die zunehmende Informationsflut, steigender Kostendruck, härterer Wettbewerb und erhöhter Zeitdruck. Sowohl der Vertriebsleitung als auch den einzelnen Kundenbetreuern fehlen Instrumente, um im Tagesgeschäft die richtigen Prioritäten setzen zu können. Zur erfolgreichen Vertriebssteuerung reichen heute Intuition und Fingerspitzengefühl nicht mehr aus. Die teure Ressource Außendienst soll effizient eingesetzt werden. Gleichzeitig sollen die Neukundengewinnung und die Kundenbindung intensiviert werden. Zur Lösung dieser Spannungsfelder kann CRM sehr wirkungsvoll eingesetzt werden. Dabei verstehen wir Customer Relationship Management als Strategie der kundenorientierten Unternehmensführung. Diese umfasst neben der Firmenkultur die Mitarbeiter, die Geschäftsprozesse und die IT als Werkzeug zur Umsetzung der CRM-Strategien.

Dabei hat sich die Erkenntnis durchgesetzt: Der Kampf um Marktanteile und Kunden

wird angesichts der verschärften Wettbewerbsbedingungen in Käufermärkten nur mit intensiver Kundenorientierung gewonnen. Diesen Kampf gewinnt nicht die technisch perfekte Lösung, sondern die am besten auf Kundenwünsche ausgerichtete. Diese liegt nicht selten weit entfernt von technischer Perfektion, sondern zunehmend im Service oder Handling der Produkte. Wer den Nutzen der Kunden am besten trifft, hat gewonnen. Das bedeutet für einen Anbieter, dass das Wissen über Kunden und Interessenten eine entscheidende Rolle spielt. Kundenwünsche und -erwartungen fallen meist nicht im Tagesgeschäft bei der Auftragsabwicklung an, sondern müssen entweder im Rahmen von Kundenbesuchen oder durch spezielle Kundenbefragungsaktionen erhoben werden. Natürlich muss dieses Wissen auf Knopfdruck überall verfügbar sein, heute üblicherweise in der zentralen Kundendatenbank des CRM-Systems.

Oft zeigt sich, dass bereits mit dem Aufbau der Kundendatenbank und eines Kontaktmanagements sowie der Ablösung der zahlreichen Insellösungen, die ebenfalls Kundendaten enthalten, gute Rationalisierungsergebnisse und Verkaufserfolge erzielt werden können. Im Zuge der organi-





Wolfgang Schwetz  
Mitglied des CRM-Expertenrat, Autor &  
herstellernerutraler CRM-Berater

satorischen Veränderungen führt auch die Anpassung der kundenbezogenen Geschäftsprozesse zu einer deutlichen Effizienzsteigerung der Organisation und gleichzeitig der Kundenorientierung. Die Soll-Geschäftsprozesse bilden die Grundlage für eine wirkungsvolle Unterstützung der Mitarbeiter im Kundenkontakt während des gesamten Kundenlebenszyklus.

Zur Integration des Kundenwissens müssen auch Schnittstellen zum ERP-System eingerichtet werden, da sich beide Anwendungen schwerpunktmäßig mit Kunden und Geschäftspartnern beschäftigen und für die jeweilige Aufgabenerfüllung die Daten und Informationen des anderen Systems unerlässlich sind. Der Datenaustausch zwischen CRM- und ERP-System erfolgt nach festgelegten Regeln, üblicherweise in beiden Richtungen.

Bereits bei der Jahresplanung benötigt der Vertrieb Daten zu Umsatz, Absatz und Deckungsbeitrag aus dem ERP-System, um auf Basis der Vorjahreswerte, unter Zuhilfenahme der im CRM-System gespeicherten Wettbewerberanteile und des Potenzials, die Kundenklassifizierung zu überprüfen und Jahresziele festzulegen. Das im CRM-System verankerte laufende Controlling und plausible Soll-Ist-Vergleiche, inklusive eines Frühwarnsystems, benötigen tagesaktuelle Daten aus dem ERP-System.

Wenn die Marketingabteilung Aktionen zur Kundenrückgewinnung und Kunden-

bindung in Angriff nimmt, werden davor auf Artikel- und Kundenebene genaue Analysen über Umsätze und Absätze vorgenommen, um möglichst zielgenau auf der Basis der bisherigen Umsätze auf erfolgversprechende aktuelle Angebote und Cross-Selling-Aktionen aufmerksam machen zu können. Sollen Marketing-Kampagnen gestartet werden, um Kunden, die schon länger nicht gekauft haben, wieder zum Kauf anzuregen, braucht das CRM-System die Informationen der Auftragshistorie aus dem ERP-System. Auch hier wird die Integration zwischen CRM, ERP und ggf. speziellen analytischen CRM-Systemen deutlich.

Bereits bei der Vorbereitung von Kundenbesuchen benötigt der Außendienst des Vertriebs und auch des Kundendienstes aktuelle Informationen über laufende Aufträge, Projekte, Reklamationen, Lagerbestände und Lieferzeiten. Diese kann nur das ERP-System liefern. Aber auch von der Buchhaltung muss eine Verbindung zum CRM-System hergestellt werden, um den Vertrieb über potenzielle Risiken aufgrund einer Verschlechterung der Bonität, wie z. B. einer von der Debitorenbuchhaltung verhängten Liefersperre, hinzuweisen.

Zur Erstellung von Angeboten ist der Zugriff auf Artikeldaten und Kundenkonditionen zur Preiskalkulation erforderlich, der online direkt auf der ERP-Datenbank stattfindet. Sollen auch im mobilen Betrieb und offline Angebote abgegeben werden können, müssen die Daten des ERP-Systems auch

im CRM-System verfügbar sein. Wenn durch den erfolgreichen Außendienstbesuch Interessenten zu Kunden werden, müssen die Kundendaten des CRM-Systems zur Neukundenaufnahme dem ERP-System zur Verfügung gestellt werden, um nach diversen Prüfungen durch die Finanzbuchhaltung (z. B. Kreditlimit, Zahlungskonditionen) sowie wichtigen Ergänzungen mit warenwirtschaftlichen (z. B. Konditionen) und logistischen Informationen (z. B. Versandvorschriften) für eine erste Auftragsabwicklung bereit zu sein. Die Auftragsannahme stellt eine weitere Anforderung hinsichtlich einer integrierten Abwicklung dar.

Neben organisatorischen und technischen sind auch psychologische Faktoren bei der Einführung von CRM-Systemen im Vertrieb zu beachten. Bekanntlich ist die Akzeptanz der Mitarbeiter ein wesentlicher Schlüsselfaktor zum CRM-Erfolg. Zu akzeptanzfördernden Maßnahmen gehört vor allem, Vertreter aller Mitarbeiter mit Kundenkontakt in ihrem Tagesgeschäft von Anfang an in das CRM-Projektteam einzubinden. Noch besser für die Motivation ist natürlich, wenn der Verkäufer nachweislich mehr aktive Verkaufszeit und eine höhere Trefferquote im Verkaufsabschluss dank CRM gewinnt.

Die derzeitige Konjunkturkrise sollte CRM zu einem Auftrieb verhelfen. Denn jetzt kommt es umso mehr auf Kundenzufriedenheit und Kundenbindung an. *Wolfgang Schwetz*

## Suchmaschinenmarketing – so werden Sie gefunden

**Suchmaschinenmarketing gewinnt zunehmend an Bedeutung. Zukünftige Kunden erkundigen sich immer häufiger im Internet über mögliche Käufe, Reisen, Produkte und Dienstleistungen. Wenn der spätere Kunde schon aktiv sucht, dann sollten Sie von ihm auf jeden Fall auch bei den betreffenden Themen und Produkten gefunden werden. Optimieren Sie Ihre Marketingmaßnahmen für Suchmaschinen und erhöhen Sie so Ihr zukünftiges Kundenpotenzial.**

Im Suchmaschinenmarketing unterscheidet man zwei Bereiche: Suchmaschinenoptimierung (SEO) und Suchmaschinenwerbung (SEM).

### Suchmaschinenoptimierung

Suchmaschinenoptimierung oder auch Search Engine Optimization (SEO) ist die längerfristige Disziplin. Hier geht es darum, die Webseiten jeweils so zu optimieren, dass sie von den Webcrawlern der jeweiligen Suchmaschinen gefunden und gelesen werden. Ziel sollte es sein, grundsätzlich zu bestimmten Themen bei den Suchmaschinen gefunden zu werden. Mittelfristig sollte angestrebt werden, im Suchergebnis auf der ersten Seite zu finden zu sein. Die Kriterien, nach denen die unterschiedlichen Suchmaschinen die Festlegung der Rangfolge vornehmen, sind nicht transparent und ändern sich sehr häufig. Trotzdem ist es möglich, die Webseite so aufzubauen, dass die Webseite grundsätzlich für die Crawler der Webmaschine optimiert ist.

Wichtig für das Ranking sind unter anderem:

- Relevanz des Suchbegriffes in Bezug auf den Seiteninhalt der Zielseite
- Der Aufbau der Webseite selbst sollte einige wichtige technische Parameter berücksichtigen (u. a. schnelle Ladezeiten, Einsatz von Sitemaps, keine Flashwebseiten, Title und Metatags einbauen und noch einiges mehr)
- Für Suchmaschinen erreichbare Seiten sollten intern optimal verlinkt sein
- Die Seiten sollten suchmaschinenfreundliche URLs beinhalten

- Relevante und für Robots verfolgbare Links von externen Webseiten sollten auf die Website verlinken
- Alter der URL
- Externe Verlinkungen
- Für Suchmaschinen erfassbarer Text im Quellcode

Es wird allerdings auch klar, dass man Webseiten nicht für unendlich viele Suchbegriffe optimieren kann. Wichtig ist, sich klar darüber zu werden, welches die wirklich relevanten Suchbegriffe sind, zu denen man gefunden werden möchte. Wählen Sie nicht unbedingt mehr als zwei bis vier Begriffe.

### Suchmaschinenmarketing

Einen weitaus größeren Spielraum als bei der Suchmaschinenoptimierung hat man im Bereich der Werbeanzeigen bei den Suchmaschinen selbst, dem sogenannten Search Engine Marketing (SEM). Das sind die Werbeanzeigen, die bei den Suchmaschinen im oberen und rechten Bereich eingeblendet werden. Diese Werbeplätze werden von den Anbietern i. d. R. „versteigert“.

Im Wesentlichen hängt die erzielte Platzierung damit zusammen, wie viele Bieter es zu dem betreffenden Begriff gibt und welche Platzierung jeweils vom Bieter angestrebt wird. Die drei Top-Platzierungen sind dabei die, die in der Regel am meisten geklickt werden.

Aber wie kommt man an diese Top-Positionen? Man könnte meinen, man müsste nur genug bieten und mit dem höchsten Gebot wäre man dann automatisch platziert. Das ist bei einigen Suchmaschinen in der Tat so. Allerdings reicht dies bei den in Deutschland größten Suchmaschinen Google und Yahoo allein nicht aus.

Google bewertet die Anzeigen zum Beispiel mit dem sogenannten Qualityscore. Dafür sind unter anderem folgende Faktoren relevant: gebotener Preis, Klickrate der Anzeige sowie Qualität und Ladegeschwindigkeit der Zielseite. Schafft man es im Ranking des Qualityscores auf einen der drei Top-Plätze, so findet sich die Anzeige nicht im rechten



Claudia Herdizin  
Teamleiterin Marketingkommunikation

Bereich, sondern sogar prominent über den generischen Suchergebnissen, auch Index-Suche genannt, wieder.

Was ist zu tun, um erfolgreich platziert zu werden? Zuerst muss jedes Unternehmen seine Ziele und das Budget festlegen. Ziele können hier durchaus unterschiedlich sein, sie bestimmen allerdings die zukünftige Bietstrategie.

Mögliche Ziele sind: Verkäufe steigern, neue Kunden erreichen, Besucheranzahl auf Webseiten erhöhen, Stärkung der Marke oder Bekanntheit steigern.

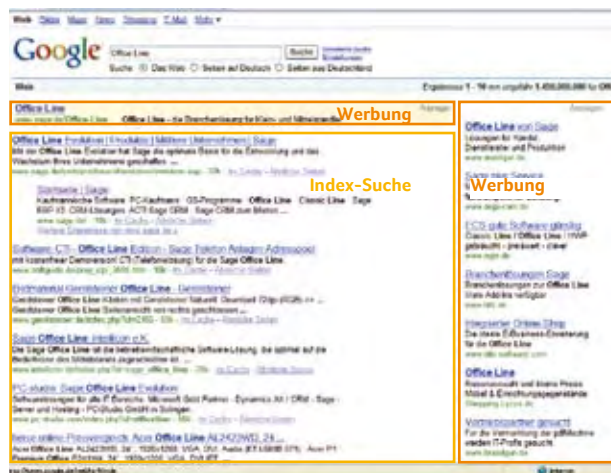
Grundsätzlich sollte man sich immer die Frage stellen, was möchte ich erreichen und wie viel ist mir ein Klick wert? Führt dieser Klick letztendlich zu einer Conversion – also wurde aufgrund Ihrer Suchmaschinenanzeige mit Ihrem Unternehmen Kontakt aufgenommen?

Was müssen Sie tun, um möglichst erfolgreich Suchmaschinenwerbung zu betreiben?

1. Auswahl der relevanten Keywords
2. Erstellung einer Suchanzeige, die beim Suchenden ein großes Interesse erzeugt
3. Verlinkung auf eine Zielseite, die das Thema des Suchbegriffs und der Anzeige widerspiegelt
4. Umfassendes Reporting zur Kontrolle und Erfolgsmessung

Das Reporting ist ganz entscheidend für den Erfolg von Suchmaschinenwerbung, denn nur wenn man seine Kosten und Conversions im Blick hat, kann man die einzelnen Kampagnen optimal steuern und so gewinnbringend zum Ziel führen.

Nicht jedes Keyword, jede Textanzeige und auch nicht jede Zielseite führt zu guten Ergebnissen. Es ist wichtig, Varianten von Textanzeigen und Zielseiten zu testen, um nach einem festgelegten Testzeitraum tatsächlich zu wissen, wie die besseren Ergebnisse erzielt werden können. Dafür sollten Sie sich regelmäßig Ihre Reportings anschauen und



Top-Platzierung mit dem höchsten Qualityscore

dementsprechend Anzeigen und Zielseiten kontinuierlich optimieren.

Behalten Sie Ihre Kosten im Blick! Nicht immer bekommen Sie auf der Top-Platzierung das beste Ergebnis. Sie erzielen gegebenenfalls auf einer niedrigeren Platzierung weniger Anfragen, jedoch sind dann die Kosten auch deutlich geringer. In diesem Zusammenhang sollten Sie testen, wie Ihr Return on Investment (ROI) in den einzelnen Platzierungen letztendlich ausfällt.

Der Bereich Suchmaschinenmarketing ist sehr schnelllebig. Regelmäßig gibt es Änderungen in den Rahmenbedingungen der Suchdienstleister und auch im Verhalten der Nutzer. Wer immer auf dem aktuellen Stand bleiben möchte, selbst aber nicht die Ressourcen hat, findet sicherlich einen passenden Dienstleister, der diesen Bereich für ihn betreut.

Claudia Herdizin

**Unser Tipp:**  
Optimieren Sie Ihre  
Onlinewerbung durch  
ein erfolgreiches Such-  
maschinenmarketing!

## Die neuen CRM-Releases sind da!

Sie bieten Ihnen genau die Funktionen, die Sie brauchen, um im Bestandskundengeschäft erfolgreich zu sein. Überzeugen Sie sich auf den folgenden Seiten selbst.

## CRM-Lösungen, die Sie weiterbringen!

Umfassend, übersichtlich und kosteneffizient

**Wie von Wolfgang Schwetz in unserem „Im Fokus“-Thema berichtet, verschärft sich der Kampf um neue Kunden gerade in turbulenten Zeiten deutlich. Bei stagnierendem oder rückläufigem Neugeschäft wird es umso wichtiger, sich auf bestehende Kunden zu konzentrieren. Gerade bei Bestandskunden liegen vielfach große Potenziale – und deren Nutzen ist deutlich einfacher als die mühsame Gewinnung von Neukunden. Aufgrund unserer Erfahrung im weltweiten CRM-Markt gehen wir davon aus, dass Kunden im Durchschnitt nur mit ca. 70–80 % der Produkte ihrer Lieferanten ausgestattet sind, für welche sie Bedarf haben. Hier ergibt sich ein deutliches Umsatzpotenzial für Sie!**

### **Zusatzgeschäft mit bestehenden Kunden**

Erfolgreiches Geschäft mit Bestandskunden erfordert eine genaue Kenntnis Ihrer Kunden. Nur so sind gezielte Marketingkampagnen und erfolgreiche Vertriebsprojekte möglich. Die CRM-Produkte von Sage unterstützen Sie auf dem Weg, Ihre Kunden umfassend mit Ihren Produkten und Dienstleistungen auszustatten.

### **Integration in ERP**

Selbstverständlich benötigen Sie für erfolgreiche Marketingmaßnahmen Informationen darüber, welche Produkte und Dienstleistungen Ihr Kunde bei Ihnen wann bezogen hat. Nur so sind Sie in der Lage, Chancen für den Verkauf von Zubehör, Erweiterungen oder für weitere Produkte und Leistungen zu erkennen und Ihre Kunden gezielt darauf anzusprechen. Eine Integration in Ihr ERP-Produkt wie Classic Line oder Office Line bietet Ihnen Zugriff auf diese

Daten und erlaubt darüber hinaus, Kunden auszuschließen, die einen hohen OP-Bestand oder eine schlechte Zahlungsmoral haben. Das spart Zeit und Geld.

### **Wissen über den Kunden**

Nach erfolgreichen Marketingmaßnahmen beginnt die vertriebliche Arbeit. Gerade bei Bestandskunden ist es wichtig zu wissen, welche Kontakte der Kunde in der Vergangenheit mit Ihnen hatte. Mit neuen Funktionen, wie der automatisierten Zuordnung von E-Mails aus Outlook zu Ihren Kontakten in ACT!, geht keine Information verloren und Sie erhalten eine vollständige Übersicht über Ihren Kunden.

### **Referenzen als Erfolgsfaktor**

Referenzen und Empfehlungen werden im vertrieblichen Alltag immer wichtiger. Um diese effektiv zu nutzen, bietet Ihnen Sage CRM die Möglichkeit, die Beziehungen von Ihren Kunden zu deren Geschäftspartnern zu hinterlegen. Erkennen Sie auf einen Blick, wer die Geschäftspartner Ihrer zufriedenen Kunden sind, und sprechen Sie diese gezielt an – vielleicht sogar im Rahmen einer gemeinsamen Aktion mit Ihrem Kunden.

### **Effiziente Vorbereitung**

Trotz immer knapper werdender Vorbereitungszeit für Termine ist das umfassende Wissen über den Kunden unbestritten ein wesentlicher vertrieblicher Erfolgsfaktor. Sage SalesLogix bietet eine Lösung für mobile Endgeräte wie Smartphones und Blackberrys. Nutzen Sie sonst tote Zeit im Zug oder Flugzeug, um sich auf Ihren Termin vorzubereiten – selbstverständlich mit aktuellen Daten.

*Ralf Preusser*

## Freiheit und Flexibilität für Ihren Erfolg

**Sage SalesLogix bietet dem Anwender seit über 10 Jahren die Funktionen, die notwendig sind, um in Marketing, Vertrieb und Service im Wettbewerb erfolgreich zu sein. Der Schwerpunkt der Version 7.5 liegt darauf, dem Anwender die Freiheit und Flexibilität zu bieten, die er bei der Wahl seines Arbeitsortes und Endgerätes benötigt, um jederzeit auf wichtige Kundendaten zugreifen zu können. Denn die optimale Betreuung bestehender Kunden entwickelt sich gerade in der aktuellen wirtschaftlichen Lage zum entscheidenden Erfolgsfaktor.**

Mit Sage SalesLogix 7.5 stellen wir Ihnen ein Produkt vor, das nicht nur eine kontinuierliche Weiterentwicklung vollzogen hat, sondern darüber hinaus auch technologisch komplett überarbeitet wurde. Der neue Web-Client bietet dem Anwender online wie offline einen Funktionsumfang, der annähernd dem des bisherigen LAN-Clients entspricht und darüber hinaus auch völlig neue Möglichkeiten eröffnet.

### Alle wichtigen Kundenkontakte auf einen Blick

Wissen Sie, wann Ihr Kunde das letzte Mal Kontakt mit Ihrem Unternehmen hatte und worum es dabei ging?

Wollen Sie auf einen Blick erkennen, wie lange Verkaufschancen und Supportanfragen Ihrer Kunden schon offen sind?

Der Historienzeitstrahl bietet Ihnen eine grafische und damit schnell erfassbare Übersicht über alle Ihre Kundenkontakte – erkennen Sie auf einen Blick, wann der Kunde das letzte Mal von Ihrem Unternehmen kontaktiert wurde. Sollte der letzte Kontakt zu lange zurückliegen, können Sie einen Vertriebskollegen per Klick mit der Kontaktaufnahme betrauen.



Der Historienzeitstrahl des neuen Web-Clients zeigt, wann ein Kunde zuletzt kontaktiert wurde



## Fokus auf das Wesentliche

Gibt es Informationen und Daten, auf welche Sie jeden Tag zugreifen wollen? Wollen Sie die zeitliche Entwicklung von Daten wie Responseraten, Leadanzahl oder Umsatz auf einen Blick erkennen?

Mit der individuell gestaltbaren Startseite richten Sie sich Ihren Arbeitsplatz per Drag & Drop so ein, wie es für Sie am besten ist. So behalten Sie stets den Überblick und sorgen dafür, dass wichtige Aufgaben und Termine nicht in Vergessenheit geraten.

## Erfolg durch umfassendes Wissen um Ihren Kunden

SalesLogix 7.5 versetzt Sie in die Lage, nicht nur die Informationen zu Ihren

Kunden und Interessenten zu verwerten, sondern darüber hinaus diese Daten um frei zugängliche Informationen, wie aktuelle Nachrichten und Lageplan zur Firma oder Xing- und Linked-In-Profile Ihrer Ansprechpartner, anzureichern.

Ergänzt um die Informationen aus Ihrem ERP-System erhalten Sie so den umfassenden Blick auf Ihren Kunden und sind dem Wettbewerb immer einen Schritt voraus.

*Ralf Preusser*

*Fragen zum Artikel? → [kundenwelt@sage.de](mailto:kundenwelt@sage.de)*

## Anzeige

In 5 Minuten zur fertigen Ausfuhrerklärung:

**ZOLL-EINFACH.de**  
intellicon

### Zoll und ATLAS-Meldungen direkt aus der Office Line

Die einzige **vollintegrierte** Lösung für

- Ausfuhrerklärung
- ATLAS-Schnittstelle
- EUR.1 und Zollrechnung
- Speditionsauftrag

**Gratis-Demoversion**  
**www.zoll-einfach.de** Sofort einsatzbereit!

intellicon e.K.  
Ihr Partner für Schnittstellen und Automatisierung. [www.intellicon.de](http://www.intellicon.de)

## Info Highlights der neuen Version

- **Moderne und umfassende Weboberfläche inkl. Offline-Zugriff**
- **Flexibler Zugriff mit SalesLogix Mobile**
- **Historienzeitstrahl zur Visualisierung der Kundenkontakte**
- **Flexibel anpassbare Startseite mit Sparkline-Visualisierung**
- **Schnellerer Zugriff auf relevante Funktionen über die Taskpane**
- **Beliebig viele, frei definierbare Detailansichten**
- **Mash-ups zur Integration externer Daten (z.B. Google, Xing ...)**
- **Erweiterter Lead-Import und erweiterte Lead-Bearbeitung**
- **Flexibel programmierbare Workflow-Funktionen**

# Alle Kundeninformationen immer und überall zur Hand

**Sitzplatz suchen, freie Netzstecker finden, Notebook hochfahren, UMTS-Karte einstecken – Notebooks können auf Reisen ganz schön umständlich sein. Sehr viel einfacher sind Windows-Mobile-PDAs und -Smartphones sowie Blackberrys zu bedienen. Sage SalesLogix 7.5 bietet Ihnen die Wahlfreiheit der Zugriffsmöglichkeit nicht nur über LAN und Web, sondern ab sofort auch mobil.**

Gerade wenn es um wichtige Kundeninformationen geht, die sofort zur Verfügung stehen müssen, hatten Reisende bis vor Kurzem kaum Möglichkeiten: Entweder das Notebook musste aufgeklappt und hochgefahren werden oder eine telefonische Nachfrage hat, mehr oder weniger, die gewünschten Informationen und Details geliefert. Ein mühseliges und unter Umständen auch fehlerbehaftetes Verfahren.

Mit Sage SalesLogix Mobile kann sich der Anwender in diesen Situationen entspannt zurücklehnen ...

## Mobiles, grafisches Business Cockpit für unterwegs

Die mobile Anwendung liefert Ihnen beispielsweise die komplette Kontakthistorie zu einzelnen Kunden und Unternehmen mit allen Aktivitäten der jüngsten Vergangenheit – zudem kann man sich über die aktuellen Kundenumsätze und Produkte informieren und den Bearbeitungsstand einzelner Support-Tickets einsehen und bei Bedarf bearbeiten. Das mobile und grafische „Business-Cockpit“ zeigt unterwegs alle Geschäftsentwicklungen und Verkaufschancen auf einen Blick.

Alle Daten werden verschlüsselt gespeichert und stehen somit auch „offline“ zur Verfügung, wenn kein Empfang möglich ist (z. B. im Flugzeug oder im Zug).

## Leistungsstarke Suchfunktionalitäten

Jegliche Art von Information lässt sich frei recherchieren, weiterverarbeiten und auswerten – so gibt es zum Beispiel eine effiziente Suchfunktion, die aus dem kompletten Datenbestand zielsicher die gesuchten E-Mails und Aktivitäten findet und mobil anzeigt.

## Telefonate mit dem Handy – aber was passiert mit der Historie und den Folgeaktivitäten?

Wenn mobil mit einem Kunden gesprochen wird, protokolliert Sage SalesLogix auf Wunsch die Anrufzeit und -dauer oder Sie können Ihre Gesprächsergebnisse gleich notieren – somit gerät auch bei der Nachbearbeitung im Büro nichts in Vergessenheit.

*Christian Zöhr laut*

Fragen zum Artikel? → [kundenwelt@sage.de](mailto:kundenwelt@sage.de)

Mit Sage SalesLogix Mobile können Sie von überall auf Ihre Kundenumsätze, Kontakthistorien oder aktuelle Vertriebszahlen zugreifen.



Grafische Auswertung der Verkaufschancen

## Anzeige



Integration of business processes

- International • flexibel
- standortunabhängig

Integration Ihrer Standorte mit dem



der sage zertifizierten, offenen Integrations-technologie, die Ihre **Office Line** und **sage CRM** oder mit **Fremdsystemen** optimal verbindet. Überwinden Sie einfach organisatorische, räumliche, sprachliche und nationale Barrieren - und das im Handumdrehen.

**Office Line International**  
Folgende Oberflächen sind erhältlich:

■ englisch	■ portugiesisch
■ französisch	■ tschechisch
■ spanisch	■ polnisch
■ italienisch	■ ungarisch
■ niederländisch	■ russisch

**NEU:**

■ arabisch	■ chinesisch
■ türkisch (ab 2009)	



ms-consult  
IT-Management und Systemintegration  
Nibelungenstr. 351, 64686 Lautertal  
Tel: 0 62 54/ 3088-0, Mail: [info@msc24.de](mailto:info@msc24.de)

## Neues Sage CRM unterstützt bei Kundenbindung und -gewinnung

**Themen wie Finanzkrise, Stellenabbau, Rezession und Insolvenzen gehen fast täglich durch die Medien. Dass die Neukundenakquise schwieriger wird, versteht sich daher fast von selbst. Kundenbindung und -potenzialanalyse heißen die Zauberworte in schwierigen Zeiten – und CRM-Systeme sind der Schlüssel zum Erfolg.**

Bei der Entwicklung der neuen Version 6.2 von Sage CRM wurde ein besonderes Augenmerk auf Funktionen gelegt, die Ihnen erlauben, den Kunden ganzheitlich zu betrachten und zu betreuen. Des Weiteren standen der Bedienkomfort, die Individualisierbarkeit sowie die Plattformerweiterung im Fokus.

Nachfolgend stellen wir Ihnen alle Neuerungen auf einen Blick vor. Sie werden sehen, dass viele Funktionen optimiert und im Detail überarbeitet wurden.

### Grafisches Abbilden von Beziehungen

Der integrierte Beziehungsmanager ermöglicht dem Benutzer, Beziehungen zwischen sogenannten primären Entitäten (wie z. B. Firmen, Personen oder Interessenten) einzurichten. Dabei kann unterschieden werden, ob es sich um gleichrangige, über- oder untergeordnete Beziehungen handelt. Dank der verbesserten Benutzeroberfläche können die Vertriebsmitarbeiter beispielsweise grafische Darstellungen von Beziehungen zwischen ihren Kunden und Mutter- oder Tochterfirmen erstellen, um die Kundenbetreuung und Vertriebsaktivitäten für Teams effektiver zu gestalten. Des Weiteren lassen sich Cross-Sell-Möglichkeiten innerhalb der Kundenbasis leichter erkennen, um z. B. eine spezifische Segmentierung vorzunehmen.

### Adressenverknüpfung

Die Adressenbearbeitung wurde funktional erweitert, was das Verwalten von Adressdetails sowie das Aktualisieren

neuer und vorhandener Kontakte erleichtert. Sage CRM stellt sicher, dass stets umfassende, korrekte Adressdetails erfasst und die manuelle Adressenbearbeitung auf ein Minimum reduziert wird. Der neue Bildschirm zur Adressenbearbeitung bietet einen komfortabel nutzbaren Überblick über Verknüpfungen zwischen Firmen, Personen und Adressen.



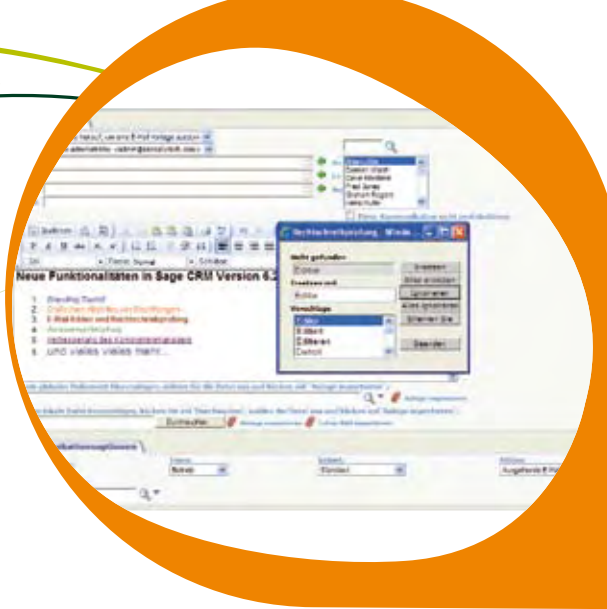
Sage CRM ermöglicht Benutzern, mehrere Beziehungen zwischen primären Entitäten einzurichten

### E-Mail-Editor und Rechtschreibprüfung

Sage CRM bietet Benutzern sämtliche Vorteile des E-Mail-Marketings für eine wirkungsvolle Kommunikation mit Kunden und Interessenten. Die Entwicklung von Serien-E-Mails ist mit dem verbesserten E-Mail-Editor und der neuen Rechtschreibprüfung so einfach wie nie. E-Mails können jetzt professionell erstellt werden: Bei Bedarf kann HTML-Code verwendet und können Aufzählungslisten, Linien und Tabellen in die E-Mail integriert werden.

### Anpassung der Oberfläche durch das „Branding Toolkit“

Das „Branding Toolkit“ ermöglicht Unternehmen das Layout ihrer Installation zu ändern. Standardmäßig wird eine Reihe vorkonfigurierter Themen bereitgestellt, die von



E-Mails einfach und professionell erstellen

Systemadministratoren angepasst werden können. Zudem können neue Themen erstellt werden. Diese Funktionalität ermöglicht Unternehmen, beispielsweise das Layout von Sage CRM besser an das Farbschema des Unternehmens und das Corporate Branding anzugleichen.

#### Verbesserungen des Komponenten-Managers

Der überarbeitete Komponenten-Manager ermöglicht es, Änderungen an der Datenbank durchzuführen, Komponenten zu installieren und zuvor umgesetzte Änderungen zu überschreiben. Zu den Verbesserungen zählen ein neues Komponenten-Manager-Protokoll sowie die Möglichkeit, Komponentenanpassungen auf der Grundlage des Datums bzw. Benutzers zu suchen und abzurufen. Weiterhin wurden Beschreibungsfelder hinzugefügt, damit die Unterschiede zwischen Komponenten mit ähnlichen Namen besser erkannt und Aufzeichnungen nachverfolgt werden können.

#### Verbesserte Outlook-Integration

Das überarbeitete Outlook-Plug-In erleichtert die Verwaltung sich wiederholender Termine und bietet bessere Konfliktlösungsfunktionen. Hierbei zeigen erweiterte Protokollierungsfunktionen detailliert auf, wo Synchronisierungsprobleme aufgetreten sind, so dass der Systemadministrator erkennen kann, welche Elemente bei der Synchronisierung ausgelassen wurden und ob Konflikte aufgetreten sind.

#### Verbesserter Betrieb über mobile Geräte (Handheld, Blackberry)

Zu den Verbesserungen in der mobilen Nutzung von Sage CRM gehören die vereinfachte Festlegung von Datum und Uhrzeit, die Kennzeichnung von Pflichtfeldern sowie eine Reihe von Leistungsoptimierungen. Füllt zum Beispiel ein mobiler Benutzer beim Aktualisieren von Daten ein Pflichtfeld nicht aus, wird eine Warnmeldung angezeigt, die den

Benutzer auf das Ausfüllen des Feldes hinweist. Zudem stehen mobilen Benutzern die neuen Themen aus dem „Branding Toolkit“ zur Verfügung. Dies macht das Produkt benutzerfreundlicher und umfassender.

#### Unterstützung weiterer Plattformen

Die neue Version von Sage CRM bietet Unterstützung für Windows Server 2008, SQL Server 2008 sowie volle Client-Unterstützung für Vista.

*Eike Köllner*

Fragen zum Artikel? → [kundenwelt@sage.de](mailto:kundenwelt@sage.de)

#### Die Vorteile der neuen CRM-Version auf einen Blick

Info

- Möglichkeit, Beziehungen grafisch abzubilden
- Adressenverknüpfung funktional erweitert
- Serien-E-Mails leicht gemacht dank E-Mail-Editor und Rechtschreibprüfung
- Anpassung der Oberfläche durch das „Branding Toolkit“
- Verbesserungen des Komponenten-Managers
- Verbesserte Outlook-Integration
- Verbesserter Betrieb über mobile Geräte (Handheld, Blackberry)
- Unterstützung weiterer Plattformen

## Mit ACT! 11 in ein neues Zeitalter

**Im Zeitalter des harten Wettbewerbs müssen Kundenbeziehungen aktiv und optimal gestaltet werden, um profitable Kunden gewinnen und langfristig an das Unternehmen binden zu können.**

Das neue ACT! 11 bietet Ihnen dafür die optimale Lösung. Die neue Version liefert eine Fülle an interessanten, neuen und verbesserten Funktionen, um die Anwendbarkeit von ACT! weiter zu vereinfachen und damit die Produktivität und Effektivität deutlich zu steigern.

Die neue Version besticht vor allem durch eine deutliche Steigerung der Produktivität sowie der -performance in allen Bereichen. Zusätzlich wurde ein besonderer Stellenwert auf die folgenden Highlights gelegt:

### Engere Verzahnung der Microsoft Outlook Integration

Die Integration von ACT! mit Microsoft Outlook wurde grundlegend verbessert.

So stehen Ihnen ab sofort folgende Leistungsmerkmale zur Verfügung:

- Automatische Katalogisierung und Zuordnung von E-Mails über eine eigene grafische Oberfläche an Ihre ACT! Kontakte mit der Option, neue Kontakte automatisch anlegen zu lassen
- Einbindung von ACT! Adressbüchern in individuellen Outlook-Regeln
- ACT! Aktivitätenplanung mit beliebigen Kontakten direkt aus Outlook heraus
- Automatisierte Kalender-Kopierfunktion zwischen ACT! und Outlook

### Die Vorteile summieren sich

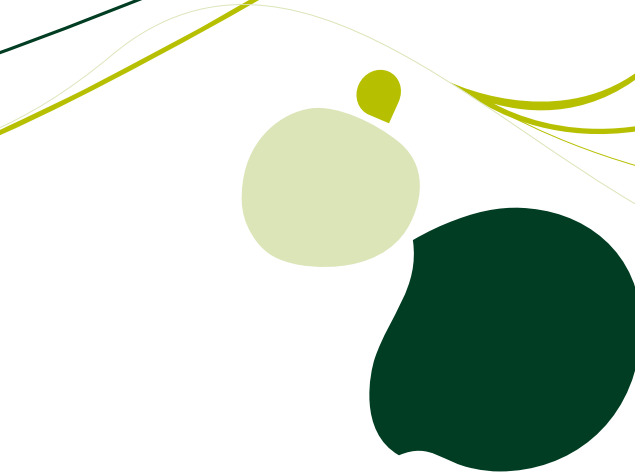
- Performance und Stabilität zeichnen die neue ACT! 11 Version aus:
  - Die Startgeschwindigkeit wurde um knapp 10 % verbessert
  - Die Import-Performance wurde um über 30 % verbessert
- Optimierungen bei den Gruppen und Firmen erlauben, Informationen besser zu verfolgen und abzufragen. Administratoren in ACT! sind dadurch in der Lage, den Benutzern Informationen global zur Verfügung zu stellen
- ACT! 11 ist kompatibel mit Microsoft® Office 2007 und Windows Vista™ sowie Windows Server 2008, auch mit 64 bit
- Einfache und leistungsstarke Suchfunktionen mit der rechten Maustaste direkt aus dem Kontaktmenü heraus mit der Möglichkeit, sofort auf die letzten 10 getätigten Suchanfragen zurückzugreifen (Historienfunktion)

### Info Einige Vorzüge von ACT! 11

- **Erhebliche Performance-Steigerung in vielen Bereichen**
- **Engere Verzahnung mit Microsoft Outlook**
- **Leistungsstarke Suchfunktion mit Historie**
- **Schneller Zugriff auf Informationen dank optimierter Oberfläche**
- **Kompatibel mit Microsoft® Office 2007 und Windows Vista™ sowie Windows Server 2008, auch mit 64 bit**



Automatische Zuordnung von E-Mails an ACT! Kontakte direkt aus Outlook heraus



**Optimierung der Verkaufschancen**

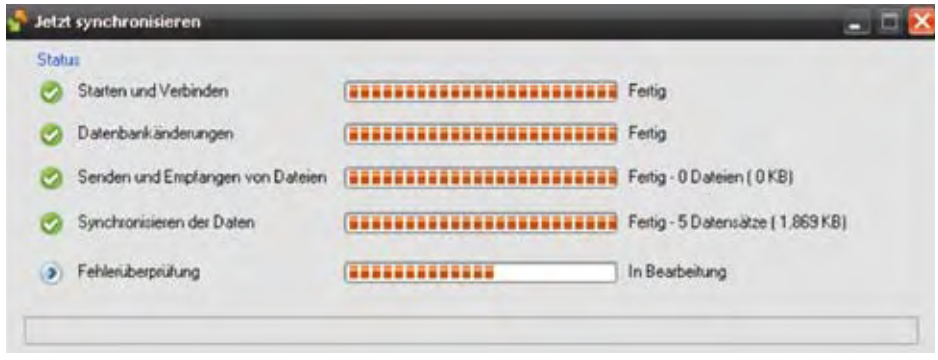
Verbesserungen bei den Verkaufschancen bieten einen schnellen Zugriff auf umfassende Verkaufschancen-Details und ermöglichen Ihnen, Forecasts und Berichte besser zu verfolgen und einzusehen. Ihre Mitarbeiter können die Entscheidungsträger bei einer Verkaufschance noch genauer nachverfolgen und die Details zu den jeweiligen Verkaufschancen direkt in der Listenansicht einsehen. Ebenfalls können mehrere Kontakte mit beliebigen Verkaufschancen in ACT! 11 verknüpft werden. *Christian Zöhlraut*

Leistungsstarke Suchfunktionalitäten, ohne die Kontaktansicht verlassen zu müssen

Fragen zum Artikel? → [kundenwelt@sage.de](mailto:kundenwelt@sage.de)

**Verbesserte und optimierte Oberfläche hilft Zeit sparen**

Optimierungen bei der ACT! 11 Oberfläche ermöglichen einen schnellen und sachbezogenen Zugriff auf Informationen, einschließlich Gruppen- und Firmeninformationen, und sorgen für mehr Transparenz bei der täglichen Arbeit. Die Kalenderansicht wurde komplett überarbeitet und zeigt Ihnen in der neuen Version auf Wunsch auch die Aktivitäten von mehr als 10 Benutzern an.



Grafische Visualisierung des Synchronisations-Prozesses

**Grafische Darstellung des Synchronisations-Prozesses**

Erstmals in ACT! gibt es eine grafische Darstellung, die den Status der einzelnen Synchronisations-Prozesse visualisiert. Somit ist jederzeit einsehbar, welche Details (Datensätze etc.) synchronisiert wurden. Zusätzlich wurde der Synchronisierungsvorgang um über 500% beschleunigt, um wertvolle Zeit zu sparen.



Direkter Zugriff auf die letzten 10 durchgeführten Suchanfragen



Santino Giese  
Vertriebsleiter der Euforma AG

## Optimale Kundenberatung durch flexibles Kundenkontaktmanagement

**Die Euforma AG aus Köln verbindet alle Leistungen rund um den Rechnungsdruck, das Forderungsmanagement, die Bonitätsprüfung, den Kontencheck und die Adressermittlung in einem Unternehmen. Dabei bündelt die Euforma AG die Kräfte der renommierten Wirtschaftskanzlei Brinkmann Rechtsanwälte, Köln, der UNIVERSAL INKASSO AG, Köln, und der Deltavista Deutschland GmbH auf ihrer Webplattform [www.euforma.eu](http://www.euforma.eu). Somit haben Kunden online die Möglichkeit, z. B. ihre offenen Rechnungen einzustellen und Bonitätsprüfungen durchzuführen.**

Lange Zeit arbeitete die Euforma AG in Vertrieb und Kundenservice mit verschiedenen Anwendungen. „Wir wollten einen Baustein für die Zukunft legen und die Insellösungen durch eine integrierte, zukunftsfähige Software ersetzen“, erklärt Santino Giese, Vertriebsleiter der Euforma AG.

### Webbasierte CRM-Lösung gesucht

Die Lösung Sage CRM war hier erste Wahl. Ausschlaggebend für Santino Giese, der Sage Software schon seit Jahren kennt, waren die flexible Programmoberfläche, der große Funktionsumfang und die einfache Anpassbarkeit. „Mit Sage CRM konnten wir unseren Vertriebsprozess mühelos umsetzen“, begründet Santino Giese die Wahl.

Der Startschuss für die Implementierung fiel im letzten Jahr. Gemeinsam mit dem Sage Business Partner ipt solution aus Jülich wurde die Softwarelösung an die speziellen Bedürfnisse der Euforma AG angepasst. Die Einarbeitung durch den Business Partner war gut organisiert, damit das Unternehmen in möglichst kurzer Zeit arbeitsfähig sein konnte. Durch die Benutzerfreundlichkeit

fiel es den Mitarbeitern leicht, sich schnell in dem neuen Programm zurechtzufinden.

Auf bis dato sieben Arbeitsplätzen wird jeglicher Kontakt verwaltet. Durch einheitliche Strukturen und transparente Daten ist jeder Servicemitarbeiter in Kundengesprächen bestens informiert und erhält die benötigten Informationen auf einen Klick.

„Sage CRM bietet eine Integration in MS Outlook. So können aus Outlook heraus E-Mails automatisiert einem Kunden zugeordnet werden“, benennt Santino Giese einen weiteren Vorteil. Mindestens ebenso wichtig sind für ihn die Auswertungen für das Support- und Beschwerdemanagement oder die Sales-Kontakte.

Auch wenn das Potenzial von Sage CRM noch längst nicht ausgeschöpft ist, denkt Santino Giese bereits an den Ausbau des Systems. Auf seiner Wunschliste steht dabei die Integration der Sage Office Line Warenwirtschaft. Auch eine Anbindung der Forderungsmanagementlösung und der Bonitätsprüfung der Euforma AG an die Sage Office Line ist mit dem Sage Business Partner ipt solution geplant, so dass zum Beispiel offene Forderungen direkt aus der Sage Office Line an die Euforma AG übergeben werden können.

„Heute können wir unsere Kunden optimal bei der Adressermittlung, Bonitätsprüfung oder dem Forderungsmanagement unterstützen. Unsere Beratungsqualität ist schließlich eines unserer wichtigsten Merkmale – dank Sage CRM haben wir die nötige Basis“, äußert sich Vertriebsleiter Santino Giese zufrieden.

*red.*

## Optimierte Prozesse mit einheitlicher Software

**Die DATRON AG ist ein mittelständisches Maschinenbauunternehmen, das sich auf die Entwicklung, Produktion und den weltweiten Vertrieb von CNC-Fräsmaschinen und Hochleistungs-Dosiermaschinen in effizienter Leichtbauweise für moderne Werk-, Dicht- und Klebstoffe spezialisiert hat. Die Kundenzufriedenheit ist für die DATRON AG besonders wichtig, und so bietet sie auch Beratungs- und Dienstleistungen zu ihren Produkten an.**

Eine windowsbasierte Individualsoftware und verschiedene Insellösungen in den einzelnen Abteilungen genügten den Anforderungen des wachsenden Unternehmens nicht mehr.

„Das System war einfach nicht zeitgemäß. Daten mussten ständig mehrfach erfasst werden, was Zeit kostete und zu Fehlern führen konnte“, sagt Claudia Martens, Vorstandsassistentin der DATRON AG. Man beschloss, eine firmenweit einheitliche Infrastruktur aufzubauen. Zusammen mit dem Sage Business Partner DESK wurde zunächst der konkrete Bedarf analysiert. Alle Geschäftsprozesse sollten in einem ERP-System erfasst und transparent dargestellt werden können, rechtliche Vorgaben mussten erfüllt und die Zahlenbasis für das Unternehmenscontrolling sollte verbessert werden.

Zunächst wurde 1998 das Modul Rechnungswesen inklusive der Anlagenbuchhaltung für Office Line eingeführt. „Damit können wir jeden Prozess durchleuchten, was uns bei unternehmerischen Entscheidungen und Erfolgskontrollen hilft“, erklärt Claudia Martens. Aufgrund der positiven Erfahrungen erweiterte man das System 2005 um die Office Line Warenwirtschaft.

### **Anpassung und Integration aller Prozesse**

Mit dem Sage Business Partner DESK wurde 2007 ein gemeinsames Projekt gestartet, in dem die Daten aus den einzelnen Geschäftsbereichen zusammengeführt wurden und das gleichzeitig auch die kompletten Service- und Supportprozesse abbildete.

Zunächst wurden die Standards der Office Line an die Anforderungen der DATRON AG angepasst, damit alle Daten in einer einheitlichen Datenbank abgebildet werden konnten. Zusätzlich wurde das Office Line Modul Produktion für alle Produktionsbereiche (Mechanik und Elektronik) eingeführt und mit der Partnerlösung zum Maschinen- und Anlagenbau ergänzt.

Herzstück des Integrationsprojekts war die perfekt auf die Office Line abgestimmte Branchenlösung Maschinen- und Supportmanagement. Über die Projektverwaltung werden sämtliche Projektschritte zu einer Maschine erfasst, inklusive der benötigten Zeit und aller Belege aus den Bereichen Einkauf, Verkauf und Produktion. Bestell- und Produktionsdispositionsläufe sind jetzt weitgehend automatisiert und so sind auch nächtliche Läufe möglich!

*red.*



Claudia Martens  
Vorstandsassistentin der DATRON AG

### Anzeige

**Premium-Tools Suite - AdressClip**

**+++ Für kurze Zeit kostenlos +++**

**Adressanlage auf Knopfdruck!**

Übernehmen Sie auf Knopfdruck Ihre Adressen aus dem Zwischenspeicher, direkt in Ihre Office Line. Sparen Sie somit kostbare Zeit für eine Anlage von Adressen, die Sie aus einer beliebigen Quelle erhalten. (Internet, Email, vCard, Excel, Word, etc.)

**Registrieren Sie sich noch heute auf [www.HTK.de](http://www.HTK.de)**

Developer Partner

[www.HTK.de](http://www.HTK.de)

HTK GmbH & Co. KG - Pflanzstraße 18 - 67158 Ellerstadt  
☎ 06237 80011 ☎ 06237 6209 - info@htk.de - www.HTK.de

Die Office Line Evolution ist seit 10 Monaten am Markt und über 30 % der Office Line Kunden haben bereits auf die Evolution gewechselt.

## Office Line Evolution 2010 erweitert Funktionsumfang

**Nachdem mit der Version 2009 die technische Basis für den kontinuierlichen Ausbau der Office Line Evolution über die nächsten Jahre geschaffen wurde, steht die neue Version 2010 ganz im Zeichen funktionaler Erweiterungen.**

Auf vielfachen Wunsch unserer Kunden wurde das „RichText“-Format in die Office Line Evolution implementiert, das dem Anwender vielfältige Formatierungsmöglichkeiten wie Schriftarten, Schriftgrößen, Fett- oder Kursivschrift zur Verfügung stellt. In festgelegten Bereichen, wie beispielsweise in Vorgängen, können formatierte Texte erfasst und auf den Korrespondenzformularen des Einkaufs und des Verkaufs ausgegeben werden. Die Formatierungen können bereits in den Stammdaten wie Textbausteine und Artikelzusatztexte angelegt, in die Belege übernommen und dort modifiziert werden.

Die bestehende Google-Maps-Funktion wurde um die Möglichkeit erweitert, neben der Zieladresse (z. B. Kunde) auch die Ausgangsadresse (z. B. eigene Firma) anzugeben und damit direkt aus der Software heraus eine Route zu berechnen. Die benutzerdefinierten Felder der Office Line Evolution können um „Standardwerte“ ergänzt werden. Bei Anlage eines neuen Datensatzes ist der Wert des entsprechenden Benutzerfeldes dann standardmäßig mit der Vorgabe vorbelegt, kann aber individuell überschrieben werden.

Auswertungen und Analyse können mit der neuen Version direkt aus der Office Line

Evolution vorgenommen werden, da die Lösung Business Intelligence voll integriert wurde. Was das Controllingwerkzeug zu leisten imstande ist, können Sie ausführlich auf Seite 21 dieser Ausgabe nachlesen.

### Liquiditätsgengpässe frühzeitig erkennen

Mit der neuen Liquiditätsplanung erhalten Sie ein ausgereiftes Finanzplanungsinstrument, mit dessen Unterstützung Engpässe frühzeitig erkannt und gegensteuernde Maßnahmen rechtzeitig eingeleitet werden können. Es können detaillierte Angaben zum tatsächlichen Zahlverhalten der Kunden gemacht und wiederkehrend anfallende Kosten vereinfacht geplant werden.

Die Liquiditätsplanung hilft Ihnen im Umgang mit Banken, indem Sie auf Basis der kompletten Daten aus Warenwirtschaft und Rechnungswesen darlegen können, dass ein entsprechender Finanzierungsgenpass beispielsweise nur temporär besteht und durch erwartete Zahlungseingänge in der Zukunft wieder ausgeglichen wird.


Im Bereich des Rechnungswesens wurde zur Vereinheitlichung des europäischen Zahlungsverkehrs die SEPA-Unterstützung weiter ausgebaut. Neu hinzugekommen ist das SEPA-Lastschriftverfahren, das für

### Anzeige

Zertifizierte  
Herstellung  
sage

**ADVANTAGE  
SOFTWARE CONSULTING**

**Rechnungseingangsbuch  
Beleg-Workflow vom Posteingang  
über den Prüfprozess bis zur Verbuchung**



**Warum die Eingangsrechnungen umständlich in Excel registrieren oder ungeprüft einbuchen? Gehen Ihnen beim Prüflauf Original-Rechnungen verloren oder werden Skontierungsmöglichkeiten versäumt? Die Lösung ist das in die Sage Office Line voll integrierte ABC-Rechnungseingangsbuch.**

**Haupt-Funktionalitäten!**

- Periodengenaue Erfassung der Rechnungen bereits im Sekretariat
- Einscannen der Rechnungen, Erzeugen des Umlaufbeleges
- Aufnahme der Prüfer in den Workflow zur sachlichen, rechnerischen, budget-seitigen Prüfung mit Genehmigung oder Sperre
- Nutzung der Office Line-Stammdaten zur Buchungsvorbereitung
- Freigabe zur FIBU-Übergabe und Freigabe zur Zahlung
- Berichtswesen mit periodengenaum Rechnungseingangsbuch

**Hauptnutzen!**

- Entlastung des FIBU-Personals, Sicherung von Skonti
- Optional elektronischer Workflow unter Einbeziehung aller Unternehmensbereiche und Sachgebietsverantwortlichen mit Zugriff auf die eingescannten Rechnungen mit "magIQ", der fantastischen Lösung zur Prozessbeschleunigung
- Einfachste Bedienung, volle Integration

**Fragen Sie uns! Wir beraten Sie gerne, auch Online-Präsentation!**

Advantage Software Consulting GmbH - [www.advantage-software.de](http://www.advantage-software.de)  
10623 Berlin, Hardenbergstraße 7 - Tel.: 030 / 39 90 32 60  
90559 Burghann, Dammweg 16 - Tel.: 09183 / 90040

Lastschriften ab November 2009 eingesetzt werden kann und den standardisierten Geldeinzug auch über Ländergrenzen hinweg ermöglicht. Die Office Line Evolution wird dieses Verfahren von Anfang an unterstützen.

Erstmals zum Jahresabschluss 2009 greift das neue Bilanzrechtsmodernisierungsgesetz (BilMoG). Hier bietet die neue Office Line Evolution vielfältige Unterstützung in Form eines Assistenten, welcher den Kunden bei vielen wiederkehrenden Jahresabschlussarbeiten, wie beispielsweise Umbuchungen und Buchungen, unterstützt.

Der Erhöhung der Erkennungsrate des Girostar Moduls sowie viele kleinere Verbesserungen ergänzen den Ausbau des Rechnungswesen.

#### **Datenaustausch leicht gemacht**

Mit dem neuen Zusatzmodul „Externer Datenaustausch“ ist es möglich, Bestellungen, Aufträge und Rechnungen auf Basis eines an „OPENTRANS“ angelehnten XML-Formats mit anderen Unternehmen auszutauschen. Dies kann applikationsübergreifend geschehen. Beispielsweise kann eine mit der Office Line Evolution erstellte Bestellung in einer fremden Office Line oder Classic Line als Auftrag importiert werden.

Die Disposition von Office Line Evolution 2010 wurde ebenfalls in erheblichem

Umfang ausgebaut. Durch konsequente Zuordnung des Verursachers zu einer Dispositionsposition kann beispielsweise besser nachvollzogen werden, welchen Beleg bei einem erfolgten Wareneingang die Ware benötigt. Insbesondere kann detailliert gesteuert werden, ob der Lieferverzug eines Lieferanten einen neuen Bestellvorschlag auslöst oder nicht.

Die ab Mai 2009 geltende neue Verpackungsverordnung wurde ebenfalls umgesetzt. Verpackungen und Inhaltsstoffe können einzelnen Artikeln zugeordnet werden. Mithilfe des Sage Business Intelligence Moduls kann auf Basis der Lieferbelege ermittelt werden, wie viele Verpackungen und damit verschiedene Inhaltsstoffe jeweils für einen bestimmten Zeitraum in Umlauf gebracht wurden. Viele kleine Verbesserungen runden die Erweiterungen der Warenwirtschaft ab.

#### **Grob- und Feinplanung mit der neuen „Grafischen Ressourcenplanung“**

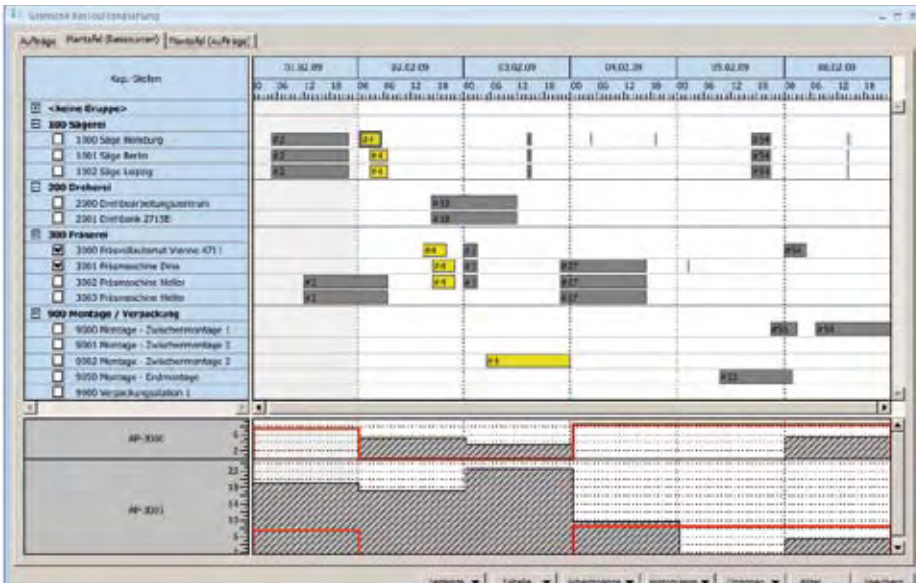
Im Bereich der Produktion wurde das Konzept der Kapazitätsgruppen neu eingeführt. Dadurch ist es nicht mehr notwendig, bei der Grobplanung die einzelne Maschine, auf der gefertigt werden soll, anzugeben. Es genügt die Angabe der Maschinengruppe (z. B. Fräse I). In der Feinplanung können Sie dann eine oder mehrere Maschinen diesem Arbeitsgang konkret zuordnen.

#### **Auszug der funktionalen Erweiterungen von Office Line Evolution 2010:**

- **Formatierte Texte ausgegeben**
- **Erweiterte Google-Maps-Integration**
- **Auswertungen und Analysen mit Business Intelligence**
- **Ausbau der Liquiditätsplanung**
- **SEPA-Lastschriftverfahren**
- **Jahresabschlussassistent**
- **Neues Zusatzmodul „Externer Datenaustausch“**
- **Umsetzung der neuen Verpackungsverordnung**
- **Grob- und Feinplanung mit der neuen „Grafischen Ressourcenplanung“**

Info





Grafische Ressourcenplanung

Sie eine grafische Zuordnung und Verschiebung einzelner Arbeitsgänge zu den Maschinen vornehmen. Eine detaillierte Auftragsansicht mit Überblick zu den gewünschten Lieferterminen erlaubt die schnelle Verzweigung in die grafische Übersicht zur Ermittlung von Engpässen und Auslastungen.

Das Laden der Fertigungsaufträge in die „Grafische Ressourcenplanung“ wurde wesentlich verbessert, so dass mehrere tausend Fertigungsaufträge innerhalb von Sekunden geladen werden können. Neue Sortiermöglichkeiten in der Ressourcenlisten- und Fertigungsauftragsstruktur sowie viele kleine Verbesserungen ergänzen die umfangreichen Erweiterungen in der Produktion.

*Eckhardt Weinholz*

Auch in der „Grafischen Ressourcenplanung“ macht sich die neue Funktion der Kapazitätsgruppen bemerkbar: Hier können

*Fragen zum Artikel? → [kundenwelt@sage.de](mailto:kundenwelt@sage.de)*

## Anzeige

## Wir arbeiten für Ihren Erfolg

Effizienz, Optimierung, Perfektion

### Sage Office Line Addins

- Integrierter Fertigungsleitstand
- Effiziente Belegerfassung und - Kalkulation
- Gerätemodifikation / - Konfiguration (Warenwirtschaft ohne PPS)
- Qualitäts- und Reklamationsmanagement (8D) Fertigung und Handel
- Integration externer Artikelkataloge für Recherche, Anlage und Preispflege
- ... und weitere effiziente Lösungen für Ihren Erfolg - besuchen Sie uns im Internet!

030- 64 33 13-11

office@pc-tutor.de

www.pctutorit.de

PC-Tutor  
IT-Systemhaus GmbH

# Effizienz für Ihre Unternehmenssteuerung

**Ärgern Sie sich über fehlende Flexibilität bei Standard-Auswertungen?  
Ist Ihnen die Bedienung von Controllingwerkzeugen zu kompliziert?  
Verbringen Sie mehr Zeit mit der Erstellung als der Analyse Ihrer Kennzahlen?  
... dann haben wir jetzt für Sie Sage Business Intelligence 2.0!**

Sage Business Intelligence (BI) vereinfacht mit bereichsübergreifenden Auswertungen die Analyse und Steuerung von strategischen und operativen Geschäftsprozessen. Zudem fördert BI die Entscheidungsfähigkeit in der Logistiksteuerung sowie im Finanz- und Vertriebscontrolling durch erweiterte Transparenz bei höherem Informationsgehalt. Hierbei zeichnet sich dieses Controllingwerkzeug durch sehr einfache Bedienung aus, die schnell und intuitiv erlernbar ist und sich am Microsoft-Office-Standard orientiert.

Mit Sage BI steht Ihnen schon im Standard eine Vielzahl an vordefinierten Berichten zur Verfügung, die bereits einen wesentlichen Anteil der Anforderungen mittelständischer Unternehmen abdecken. Ihre individuellen Auswertungen erstellen Sie ebenso schnell und einfach – ohne Spezialwissen.

Die Version 2.0 bietet Classic Line und Office Line Anwendern drei wesentliche Neuerungen:

## 1. Integration von BI in Classic Line und Office Line

Sage BI 2.0 steht Ihnen mit den aktuellen Live-Updates von Classic Line 2009 und Office Line 4.0 sowie Office Line Evolution 2009 als integrierte Testversion zur Verfügung. Mit dieser Version können Sie Sage BI in vollem Umfang nutzen und die Daten

in Ihren Auswertungen bis zu fünf Mal aktualisieren. Starten Sie dazu Sage BI aus Ihrer Classic Line oder Office Line ohne sich nochmals anmelden oder einen Mandanten auswählen zu müssen.

## 2. Erweiterung und Überarbeitung der mitgelieferten Berichte

Mit Sage BI stehen Ihnen direkt nach der Installation über 100 Auswertungen aus den Bereichen Rechnungswesen, Kostenrechnung, Einkauf, Verkauf, Lager und Lohn (nur Classic Line) zur Verfügung. Profitieren Sie von komplett überarbeiteten Auswertungen sowie von zusätzlichen Dimensionen und Kennzahlen.

## 3. Erweiterungsoptionen für Sage Business Partner

Verwenden Sie eine Partnerlösung oder nutzen Sie individuelle Anpassungen in Ihrer Classic Line und Office Line? Mit Sage BI 2.0 hat Ihr Business Partner die Möglichkeit, zusätzliche Daten in Sage BI zu integrieren. Das macht Ihre Auswertungen so individuell wie Ihr Geschäft.

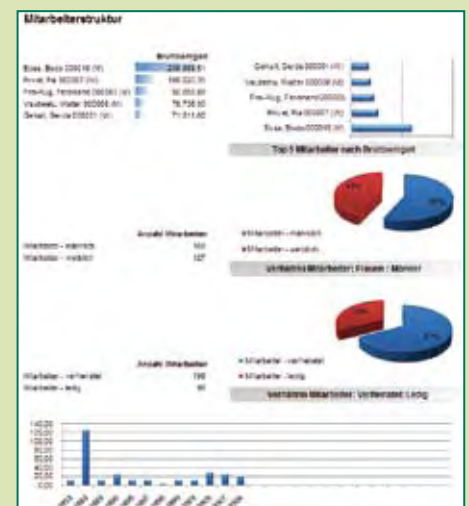
Machen Sie sich selbst ein Bild von Sage BI, überzeugen Sie sich von den neuen Möglichkeiten und beenden Sie Ihr „Auswertungschaos“. *Ralf Preusser*

Fragen zum Artikel? → [kundenwelt@sage.de](mailto:kundenwelt@sage.de)

## Die Neuerungen der Version 2.0 im Überblick:

- Integration von BI in Classic Line und Office Line
- Erweiterung und Überarbeitung der mitgelieferten Berichte
- Erweiterungsoptionen für Sage Business Partner

Info



Überarbeiteter Bericht im Classic Line Lohn

## Optimieren Sie Ihren Artikelimport

**In der Dezember-Ausgabe der Sage KundenWelt haben wir Ihnen gezeigt, wie Sie Daten der Classic Line mit Hilfe des ODBC-Treibers modifizieren können. Dieser Workshop legt neue Datensätze in der Classic Line an – und zwar mit einem Fremdprogramm.**

Um die in diesem Workshop beschriebenen Abläufe nachzuvollziehen, müssen drei Voraussetzungen erfüllt sein, die im letzten Workshop (KundenWelt, Ausgabe 4, Seite 10–11) aufgezeigt wurden.

- Sie benötigen die Option „schreibender ODBC-Treiber“
- Sie müssen eine ODBC-Datenverbindung anlegen
- Sie sollten einen Benutzer verwenden, dem vom @CL in der Rechteverwaltung das Recht eingeräumt wurde, auf Classic Line Tabellen zu schreiben

Die Tabelle, die in diesem Workshop bearbeitet wird, ist die Tabelle „ImportArtikel“.

Rechtsmetzfeld	Schlüssel	Zugriff auf	Kz.
ImportArtikel	ImportArtikel	OL	B=
ImportKunden	ImportKunden	OL	B=
ImportBarcodes	ImportBarcodes	OL	B=
ImportFehler	ImportFehler	OL	B=

Artikel, Kunden und Artikelbarcodes können per ODBC direkt importiert werden

Bei dieser Tabelle handelt es sich um eine interne Classic Line Tabelle. Sie hat fast die gleiche Struktur wie die Satzbeschreibung für den Import von Daten aus externen Programmen. Diese Satzbeschreibungen finden Sie in dem Dokument „Import.pdf“ auf Ihrer Produkt-CD.

Nachdem Sie die Voraussetzungen für diesen Workshop geprüft haben, öffnen Sie MS-Access. In Access legen Sie eine leere Datenbank neu an. Über das Menü <Datei/Externe Daten/Tabellen verknüpfen> wählen Sie den Dateityp „ODBC-Datenbanken“ im Dateidialog. Wie schon im letzten Workshop beschrieben, wählen Sie nach Fest-

legung der Datenquelle aus der Liste die Classic Line Tabelle „ImportArtikel“ aus. Haben Sie alles richtig gemacht, erscheint diese Tabelle als Verknüpfung innerhalb von Access. Erscheint der Classic Line Anmeldedialog, melden Sie sich mit dem Benutzernamen an, dem Sie das Recht gegeben haben, diese Tabelle zu bearbeiten. Öffnen Sie in Access die Tabelle ImportArtikel.

Stapelname	ID	Importort	Artikel	Hersteller	Einzeichnung	Bezeichnung	Gewicht	Status

Die Struktur der Datei entspricht der Datensatzbeschreibung für den DIF-Import

Um einen Artikel in der Classic Line neu anzulegen, müssen Sie die ersten fünf Felder der Tabelle mit Daten füllen. Stapelname ist ein frei zu vergebender Name, der es ermöglicht, Datensätze zu strukturieren, bevor sie importiert werden. Das Feld ID ist zwölfstellig. Es sollte eine fortlaufende Nummer eingegeben werden, zum Beispiel „00000000001“. Bitte erfassen Sie alle zwölf Stellen.

Die Importoption kennen Sie, wenn Sie das Import-Programm der Classic Line bisher genutzt haben. Dieses Feld wird dort bei der Auswahl des Artikelimports angeboten. Es legt fest, ob bestehende Datensätze mit gleichem Schlüssel (Artikel und Hersteller) überschrieben werden sollten oder nicht. „0“ heißt überschreiben und „1“ heißt nicht überschreiben. Die folgenden Felder sind im Dokument „Import.pdf“ im Kapitel „Artikelstamm“ beschrieben. Erfassen Sie auf jeden Fall die Felder „Artikel“ und „Hersteller“, das sind die Schlüsselfelder. Auch die Bezeichnung 1 sollten Sie erfassen. Die restlichen Felder der Tabelle können leer bleiben. Sie werden mit Standardwerten vorbelegt.

Legen Sie in Access eine sogenannte Pass-Through-Abfrage an. Wie das funktioniert, finden Sie in der Programmhilfe von Access sehr gut beschrieben. In den



Eigenschaften dieser Abfrage ist eine ODBC-Verbindung anzugeben. Hier wählen Sie jene, die Sie schon bei der Verknüpfung der Tabelle zuvor angegeben haben. Die Abfrage enthält den SQL-Befehl: „EXEC CLIImport(„Artikel‘, ‚Stapel1‘)“.

Stapelname	ID	Importation	Artikel	Hersteller	Bezeichnung1	Bezeichnung2	Gen
Stapel1	000000000001	1	Test	0000000000	Test		

Mehr Angaben sind nicht nötig, um einen neuen Artikel anzulegen

Führen Sie diese Abfrage aus, werden alle Artikel/Zeilen, die den Stapelnamen „Stapel1“ tragen, importiert. Des Weiteren wird eine Meldung ausgegeben, dass die Abfrage keine Datensätze zurück gibt. Das ist die Bestätigung, dass der Import der Artikel erfolgreich war. Die zuvor in der Tabelle „ImportArtikel“ angelegte Zeile ist nach dem Pass-Through-Befehl leer. Hätten Sie noch eine Zeile, beispielsweise mit dem Stapelnamen „Stapel2“, im ersten Feld angelegt, wäre diese nach wie vor in der Tabelle vorhanden. Tritt beim Import ein Fehler auf, finden Sie das

Ergebnis in der Tabelle ImportFehler. Sie können nun im Artikelstamm der Classic Line den neu angelegten Datensatz betrachten.

Auf die gleiche Weise können auch Kunden und Artikelbarcodes in die Classic Line übernommen werden. Lieferanten und weitere im Import.pdf beschriebene Daten werden mit künftigen Versionen der Classic Line so importierbar sein. Wenn Ihnen die zu importierenden Daten als Datenbank vorliegen, können Sie zum Beispiel mit Access eine Abfrage erstellen, die die Quelldaten in die entsprechenden Felder der Tabelle ImportArtikel kopiert. Diese Abfrage müssen Sie nur ein Mal erstellen. Sie funktioniert, solange sich die Struktur der Quelldaten nicht ändert. Sie erstellen so Ihren eigenen Artikel- oder Kunden-Import. Ändern sich die Daten aufseiten der Classic Line einmal, funktioniert Ihr Import immer noch, denn nicht gefüllte Felder werden automatisch mit einem voreingestellten Wert belegt. Damit sind Sie für die Zukunft bestens gerüstet. *Achim Hubert*

Fragen zum Artikel? → [kundenwelt@sage.de](mailto:kundenwelt@sage.de)



Die hier beschriebene Funktionalität erfordert gute Kenntnisse von SQL und der Classic Line. Führen Sie diesen Workshop selbst durch, sollten Sie dies keinesfalls auf Ihren scharfen Mandanten tun. Es wird empfohlen, ein Testsystem aufzusetzen. Sprechen Sie Ihren Sage Business Partner an, wenn Sie selbst nicht über das notwendige Know-how verfügen.

## Tip

### Wo wohnt mein Kunde und wie komme ich dorthin?

Seit einem Jahr ist das kostenlose Google-Maps-PlugIn in der Classic Line integriert. Damit können Sie sich viele Adressen der Classic Line auf einer Landkarte im Internet anzeigen lassen. Zum Jahreswechsel 2008/09 wurde das PlugIn erweitert und steht für folgende Adressen zur Verfügung: Kunden, Lieferanten, Vertreter, Auftragsbearbeitung, Sammelaufträge, Bestellungen, Preisanfragen, Personal, Finanzämter und Banken. Auch bei abweichenden Lieferadressen kann die Funktionalität nun angewendet werden.



Routenberechnung leicht gemacht. Mit zwei Klicks aus der Classic Line zum Ziel

Neben dem bisher schon bekannten Anzeigen der Adresse auf der Google-Maps-Landkarte können Sie nun eine Routenplanung vornehmen. Die aktuell in der Classic Line angezeigte Adresse kann als Ausgangs- oder Ziel-Adresse verwendet werden. Auf diese Weise ermitteln Sie mithilfe Ihrer Classic Line Daten die Fahrtroute und Google Maps errechnet Ihnen die voraussichtlich benötigte Zeit.

*red.*

## Anzeige

### Premium-Tools Suite

+++ Wichtige Mitteilung +++

Kontakte in der Office Line verwalten!

- ✓ Kontaktmanagement
- ✓ Kampagnenmanagement
- ✓ Vertrieboptimierung
- ✓ Dateimanagement (Intern)
- ✓ Auswertungen und Berichte
- ✓ Adressimport (viele Formate)
- ✓ Outlook Integration
- ✓ Adressanlage
- ✓ u.v.m

Developer Partner



HTK GmbH & Co. KG · Fließstraße 18 · 67158 Erlenstadt  
☎ 06237 80011 ☎ 06237 6209 · info@htk.de · www.HTK.de

## Tip

### Benutzer- und Rechteverwaltung: die Sperrfunktion in der Classic Line

Im Normalfall wünscht sich jedes Unternehmen, dass seine Mitarbeiter alle mit der Classic Line arbeiten. Es bedeutet, dass Umsatz gemacht wird. Es gibt auch Situationen, in denen man nicht möchte, dass sich Mitarbeiter in der Classic Line anmelden können. So zum Beispiel bei der Erstellung des Rechnungsausgangsbuchs oder während Wartungsarbeiten.

Eine sehr einfache Möglichkeit, Anwender von der Classic Line fernzuhalten, findet man unter <Administration/Benutzer- und Rechteverwaltung/Benutzer bearbeiten>. Statt einer Benutzererkennung betätigt man entweder die Taste F3 oder man gibt \* ein. Es öffnet sich eine Auswahl, in der man für alle Benutzer eine Aktion auswählen kann. Im Fall, dass man alle Benutzer von der Classic Line ausschließen möchte, wählt man die Funktion „Sperrstatus“ aus. Ist der Sperrstatus gesetzt, kann sich außer dem gerade angemeldeten Benutzer niemand mehr in der Classic Line anmelden. Die Freigabe der Classic Line erfolgt auf dem gleichen Weg.

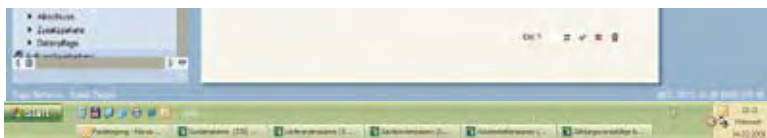
*red.*

## Mehrere Anwendungen mit der Task-/Titelleiste übersichtlich darstellen

Öffnet man in der Classic Line mehrere Anwendungen, kann die Task-/Titelleiste übersichtlich gestaltet werden. Im unteren Beispiel sind vier Classic Line Anwendungen geöffnet.



In der Task-/Titelleiste ist lediglich die Bezeichnung Classic Line 2009 erkennbar. Über <Werkzeuge/Optionen> kann die Task-/Titelleiste individuell gestaltet werden. Es lassen sich die aktive Anwendung, die Mandantennummer, das Geschäftsjahr, die Mandantenbezeichnung, das Belegdatum und die Benutzerkennung in der gewünschten Reihenfolge anzeigen.



Taskleiste nach optimierter Einstellung

Die Einstellungen sind benutzerspezifisch und nach dem Neustart der Classic Line wirksam. *red.*

## Kosten- und Sachkontenaufteilungsbuchungen schnell und einfach erfassen

In der Buchungserfassung kann über das Menü <Optionen/Grundlagen bearbeiten> der Vorschlag der Kostenstelle und des Kostenträgers eingestellt werden. Es steht Ihnen folgende Auswahl zur Verfügung:

0 = immer aus letzter Position

Bei dieser Auswahl erfolgt der Vorschlag der Kostenstelle und des Kostenträgers aus der ersten erfassten Position im Aufteilungsbuchungsfenster.

1 = bei Kontenwechsel neu

Bei dieser Auswahl erfolgt der Vorschlag der Kostenstelle und des Kostenträgers bei Wechsel des Sachkontos im Aufteilungsbuchungsfenster neu.

2 = immer aus Sachkonto

Bei dieser Auswahl wird der Vorschlag der Kostenstelle und des Kostenträgers immer aus dem Sachkontenstamm gelesen. Die Stammdaten werden im Sachkontenstamm unter „Eingaben zur Kostenrechnung“ hinterlegt. So lassen sich Kosten- und Sachkontenaufteilungsbuchungen entsprechend der betrieblichen Notwendigkeiten einfach und schnell erfassen. *red.*

**Tipps**

**Tipps**

### Anzeige

Zertifizierte Partnerlösung **MobileScan Barcodeerfassung**

Lagerbewegungen und Inventur schnell und einfach erfassen

- Inventur
- Aufträge
- Lieferscheine
- Wareneingang
- Bestellungen

**JETZT AUCH FÜR DAS HANDWERKERPAKET**

Die MobileScan Barcodeerfassung minimiert den Erfassungsaufwand um bis zu 70%, reduziert Eingabebefehle und ermöglicht eine rechnerunabhängige Vorgangsbearbeitung. Bitte fordern Sie weitere Informationen an. Gerne realisieren wir auch Ihre individuellen Anforderungen.

**SSR** Software-Service Rethemeier  
 Vlothoer Str. 65, 32049 Herford  
 Tel: 0 52 21 / 8 67 98, Mail: info@ssr.de

## Die Personalkosten fest im Griff

### Info Vorteile der Personalkostenplanung:

- Was-wäre-wenn-Szenarien
- Simulation und Hochrechnungen einer Abrechnung für einen beliebigen Zeitraum
- Umfangreiche Auswertungen (z. B. nach Organisationsstruktur)
- Kontrollinstrument und Frühwarnsystem
- Soll-Ist-Vergleich unter Einbeziehung von Vorjahreswerten

**Ein ganzheitlicher Controlling-Ansatz in Unternehmen erfordert auch ein Instrument für exaktes Personalcontrolling. Dies gilt nicht nur in wirtschaftlich schweren Zeiten, sondern zu jedem Zeitpunkt, um wirtschaftlich konkurrenzfähig zu bleiben.**

In arbeitsintensiven Unternehmen und Dienstleistungsbereichen machen Personalkosten üblicherweise rund 60 bis 80 Prozent der Kosten aus. Dabei sind Personalkosten kurzfristig kaum zu beeinflussen, weshalb Personalkosten bei einer mittel- bis langfristigen Planung von Unternehmen eine wichtige Rolle spielen.

### Personalcontrolling leicht gemacht

Mit der Personalkostenplanung in Kombination mit der Personalabrechnung können sicher und zuverlässig Kennzahlen für die zukünftige Entwicklung Ihrer Personalkosten ermittelt werden. Die Personalkostenplanung übernimmt dabei automatisch die vorhandenen Abrechnungs- und Stelldaten, womit ein nochmaliges Eingeben der Daten entfällt. Nach Definition eines Basiszeitraumes wird unter Berücksichtigung diverser Einflussfaktoren (allgemeine oder individuelle Gehaltserhöhungen usw.) eine Hochrechnung für einen beliebigen Berechnungszeitraum (Monat, Jahr) durchgeführt. Dies gewährleistet einen aussagekräftigen Überblick zu jeder Zeit und ermöglicht die Berechnung verschiedener Was-wäre-wenn-Szenarien. *Boris Hillig*


Personalkosten bestehen im Allgemeinen aus den Kosten für Löhne und Gehälter (Lohnkosten), aus den Kosten für soziale Aufwendungen sowie aus den Personalnebenkosten wie zum Beispiel Entgeltfortzahlungen. Zu den Personalkosten gehören selbstverständlich aber gerade auch die Zahlungen von Versicherungsbeiträgen an Renten-, Kranken-, Arbeitslosen- oder Unfallkassen. Diese Kosten müssen in einer Kostenplanung mit berücksichtigt werden.

Fragen zum Artikel? → [kundenwelt@sage.de](mailto:kundenwelt@sage.de)

### Anzeige

**ADVANTAGE SOFTWARE CONSULTING**

**EASY-Controller**  
Budgets stets im grünen Bereich!



**Sie erstellen den Plan-Ist-Vergleich immer noch in Excel?**  
Mit dem Advantage-EASY-Controller erhalten Sie die zeitsparende, integrierte Lösung zur Sage Office Line Finanzbuchhaltung.

**Sofortiger Nutzen!**  
Der Advantage-EASY-Controller ist das wirtschaftliche Planungs- und Steuerungswerkzeug mit Frühwarnsystem gemäß BASEL-II und KonTRAG für Unternehmen und Organisationen.  
Die Planwerte können aus Vorjahres-IST-Werten oder aus der mengenmäßigen Vertriebsplanung (Sales-Controller) erzeugt werden. Optional können alternative Planwerte für Simulationen genutzt werden.  
Berechnen Sie Kennzahlen, wie die "Abdeckung" der Fixkosten, durch feste Kundenverträge. Vergleichen Sie Filialen und Projekte.  
Erstellen Sie optional Ihre 12-Monats-Liquiditätsvorausschau!

**Advantage-EASY-Controller - einfach und genial!**  
Fragen Sie uns! Wir beraten Sie sehr gerne.  
Auch kurzfristig Online-Präsentation möglich!

Advantage Software Consulting GmbH - [www.advantage-software.de](http://www.advantage-software.de)  
10623 Berlin, Hardenbergstraße 7- Tel.: 030 / 39 90 32 60  
90559 Burghann, Dammweg 16- Tel.: 09183 / 90040



Ablaufdiagramm Personalkostenplanung

## Nachbericht zum Jahreswechselseminar 2008 / 2009

**Jetzt ist es schon Geschichte: Die ersten zwei oder auch drei Monate des Jahres 2009 wurden bereits mit den neuen Lohnversionen nach den aktuellen gesetzlichen, steuerlichen und sozialversicherungsrechtlichen Regelungen abgerechnet.**

Wie jedes Jahr brachte auch der Jahreswechsel 2008 zu 2009 diverse Neuerungen für die Lohnbuchhaltung und Personalabteilung mit sich, welche wir Ihnen als Anwender der Sage Programme „Personalwirtschaft“, „Lohnbüro“ und „Classic Line“ zeitnah – mit aktuellen Programmversionen – verfügbar machten.

Von Ende November 2008 bis Mitte Januar 2009 haben wir Sie auf diese Neuregelungen und deren Umsetzung in den jeweiligen Softwaremodulen mit mehr als 30 Seminaren, welche deutschlandweit in unterschiedlichen Städten durchgeführt wurden, vorbereitet. Bei diesen „Jahreswechselseminaren“ wurden Ihnen durch unsere erfahrenen Referenten die theoretischen Grundlagen und die praktische Umsetzung der diversen steuer- und sozialversicherungsrechtlichen Neuerungen anschaulich übermittelt. Es wurden zusätzlich aber auch Tipps und Tricks zu bereits vorhandenen Funktionalitäten gegeben, welche der eine oder andere Anwender so schon immer hätte nutzen wollen, aber bisher nicht wirklich gekannt hat.

Nachfolgend ein Auszug der zu diesem Jahreswechsel behandelten Inhalte:

- Der Gesundheitsfonds als Kernstück der Gesundheitsreform mit dem neuen einheitlichen Beitragssatz für die Krankenversicherung und der Wiedereinführung der Korrekturbeitragsnachweise

- Authentifizierungspflicht für die Übertragung der Lohnsteuerbescheinigungen
- Das Unfallversicherungsmodernisierungsgesetz mit Abführung der Insolvenzgeldumlage an die Krankenkassen und dem elektronischen Meldebaustein für die Berufsgenossenschaften
- Sofortmeldungen für schwarzarbeitgefährdete Branchen an die Deutsche Rentenversicherung in Würzburg und Mitführungspflicht von Ausweisdokumenten
- Elektronisches Meldeverfahren für berufsständische Versorgungswerke

Die „Jahreswechselseminare“ der Sage Academy haben wir bereits zum fünften Mal durchgeführt. Auch dieses Jahr haben wir wieder ein überwiegend positives Feedback von Ihnen erhalten. Somit hat sich diese Veranstaltungsreihe, neben den ebenfalls seit einiger Zeit stattfindenden „Sommertagungen“, zu einem festen Bestandteil im Angebot unserer Sage Academy etabliert. *Mario Schubert*



Ihr Seminarleiter Ralf Plohmann, Business Consultant

**Sollte der aktuelle Schulungskatalog in dieser Ausgabe fehlen, dann rufen Sie uns an: 069 50007-6333.**

Info

**Wir möchten allen Seminarteilnehmern danken und würden uns freuen, Sie bei unserer „Sommertagung 2009“ begrüßen zu dürfen. Die Termine und Orte für die „Sommertagung 2009“ finden Sie im aktuellen Schulungskatalog der Sage Academy und in der Sage ServiceWelt unter der Rubrik Services.**

## Die Sage on demand Academy

**Die Sage Academy bietet als Ergänzung zu den bekannten Präsenzseminaren jetzt auch Online-Trainings an.**

Interessierte Besucher der Plattform wählen aus dem Trainingsangebot ein Training zu einem Produkt aus und können dann das frei zugängliche Intro-Kapitel kostenlos und ohne erforderliche Registrierung starten. Dieses Kapitel gibt Ihnen einen Eindruck über die in diesem Training behandelten Lerninhalte (Vorstellung Referent, Agenda und eventuell sogar eine erste Lektion).

Mit Beginn des zweiten Kapitels sind dann eine Registrierung und der kostenpflichtige Erwerb des Zugangscodes zur Freischaltung der weiteren Kapitel erforderlich. Der Zugangscodes wird sofort nach dem Absenden des Registrierungsformulars automatisch generiert und dem Teilnehmer per E-Mail zugesendet.

Das Seminar kann jederzeit gestoppt und zu einem späteren Zeitpunkt (innerhalb des gewählten Freischaltungszeitraums 30, 60 oder 90 Tage) an beliebiger Stelle erneut gestartet werden.

Die Online-Trainings sind damit die perfekte Lösung, wenn Sie gerne selbst bestimmen, wann und wo Sie sich mit notwendigen Lerninhalten auseinandersetzen. *Lutz Wohak*



Die Plattform der Sage on demand Academy

### **Info** Die Vorteile der Sage on demand Academy auf einen Blick:

- **Die Ausbildungszeiten sind flexibel ohne Einschränkung, auch mit Unterbrechungen, wählbar**
- **Sie sehen die Empfehlungen und Kritiken aus dem Feedback der bisherigen Teilnehmer**
- **Die Ausbildung kann an jedem Ort wahrgenommen werden, an dem ein Breitband-Internetzugang und ein PC zur Verfügung stehen**
- **Jedes Seminardetail kann innerhalb des Freischaltungs-Zeitraums beliebig oft wiederholt betrachtet werden.**
- **Online-Trainings sind Schulungen zu überschaubaren Kosten**
- **Seminarunterlagen stehen zum Download bereit**

Zu dem Trainingsangebot der Sage on demand Academy gelangen Sie über unsere Webseiten im Bereich Kleine & mittlere Unternehmen / Services & Schulungen und die Hilfefunktion Ihrer Sage Produkte.

## Besuchen Sie uns auf der CeBIT!

3. bis 8. März 2009

Vereinbaren Sie einen Termin auf unserem Messestand Halle 5, Stand B16, wir schenken Ihnen eine Gästekarte und laden Sie zu einem leckeren Espresso ein.

Auf dem neu gestalteten Stand zeigen wir Ihnen gemeinsam mit unseren kompetenten Business Partnern Lösungen, die Sie weiterbringen. Gerade in diesen Zeiten benötigen Sie umfassende und kosteneffiziente Lösungen, zum Beispiel in den Bereichen Warenwirtschaft, Rechnungswesen, Produktion, Kundenmanagement und Personalwesen.

Lassen Sie sich die Neuheiten in allen Produktlinien zeigen. Ein Highlight wird die erstmalige Präsentation der neuen Office Evolution 2010 sein. Ebenfalls neu sind Sage Business Intelligence sowie die CRM-Lösungen ACT!11, Sage CRM und Sage SalesLogix.

Unsere CRM-Spezialisten erwarten Sie in der CRM-Arena in Halle 4, Stand D64. Dort zeigen wir Ihnen auf vier Arbeitsplätzen und in vier Vorträgen die Vorteile der integrierten Sage CRM-Lösungen.

*Arndt Zimmermann*

**Wir freuen uns auf Ihren Besuch in Halle 5, Stand B16 oder Halle 4, Stand D64.**

Jetzt Termin vereinbaren und kostenlose Gästekarte sichern: [www.sage.de/cebit\\_2009](http://www.sage.de/cebit_2009).



**HANNOVER**  
**3.-8.3.2009**



Der neu gestaltete Messestand

## Neu: Sage auf der Personal & Weiterbildung!

4. bis 5. Juni 2009

Erstmalig ist Sage mit spezialisierten Personalwirtschaftspartnern auf dieser Fachmesse in Wiesbaden vertreten. Die Leitmesse für Personal- und Bildungsmanagement wird von der DGFP (Deutsche Gesellschaft für Personalführung e. V.) veranstaltet und richtet sich an Personal- und Bildungsverantwortliche (sowie deren Mitarbeiter/-innen) aus Unternehmen aller Branchen- und Größenordnungen.

*Arndt Zimmermann*

**Besuchen Sie uns in den Wiesbadener Rhein-Main-Hallen, Halle 9, Stand 916!**

Weitere Informationen finden Sie im Internet: [www.personalundweiterbildung.de](http://www.personalundweiterbildung.de).



## Tipps zu Ihrer Software

### Neu: Der Wissensdatenbank Info-Service

Lassen Sie sich automatisch über Neuigkeiten zu Ihrem Sage Produkt informieren. So sind Sie immer auf dem aktuellen Stand. Alle Informationen und den Service finden Sie unter [www.sage-servicewelt.de](http://www.sage-servicewelt.de).

**„Nobody is perfect“ und der Umgang mit einer Software ist leider auch nicht immer so einfach wie erhofft. Gerade wenn eine Software neu eingeführt wird, wünschen sich viele Anwender ein Engelchen auf der Schulter, das auftretende Fragen prompt beantwortet.**

Engel können wir natürlich nicht ersetzen, aber ein paar Teufelchen lassen sich schon durch einen Besuch in der Sage ServiceWelt vertreiben. Die Artikel der Wissensdatenbank, die Workshops und Tipps&Tricks bieten Antworten auf viele Fragen, die im täglichen Umgang mit der Software aufkommen können.

### **Schnelle Hilfe mit Tipps&Tricks in der Rubrik Produkte**

Auch in der vorliegenden Ausgabe wurden Ihnen einige Tipps&Tricks zur Classic Line vorgestellt. Die Artikel resultieren in der Regel aus konkreten Anfragen von Anwendern und behandeln zum Beispiel Themen wie: Wie übergebe ich Gutschriften als eigenständige offene Posten? Wie arbeite ich schneller mit der Tastatur? Wie installiere ich PlugIns? Mittlerweile befinden sich mehr als 75 Artikel in der ServiceWelt-Rubrik Produkte/Tipps&Tricks.

### **Schritt für Schritt zum Ziel mit den Workshops**

In der gleichen Rubrik wie die Tipps&Tricks finden Sie die wesentlich ausführlicheren Workshops der KundenWelt online. Hier wird Ihnen Schritt für Schritt erklärt, wie Sie eine bestimmte Aufgabenstellung lösen können. Sollten Sie beispielsweise verpasst

haben, wie die freie Suche in der Office Line funktioniert oder wie Sie mit der Classic Line Rechnungen elektronisch signieren und versenden, dann können Sie in der ServiceWelt alles in Ruhe nachlesen, herunterladen und ausprobieren.

### **Verbesserte Suchfunktion in der Wissensdatenbank**

Die Wissensdatenbank ist schließlich der größte Fundus an Informationen und beinhaltet aktuell über 7.000 Einträge zu allen Sage Produkten. Darin enthalten sind Antworten auf Fragen, die Sie an uns herangetragen haben, technische Artikel sowie systemrelevante Downloads. Zur Wissensdatenbank gelangen Sie von jeder Seite der ServiceWelt per Klick auf das Banner in der rechten Spalte.

Damit Sie auch wirklich das finden, was Sie suchen, wurde die Suchfunktion der Wissensdatenbank kürzlich optimiert. Sie haben die Möglichkeit, nach einem konkreten Begriff zu suchen, oder Sie lassen sich einfach alle Einträge zu Ihrem Produkt anzeigen und wählen weiter aus. Über die Ergebnisanzeige und die erweiterte Suche können Sie Ihre Trefferliste einschränken.

*Katrin Menzel*



**Sofern Sie einen Wartungsvertrag mit Sage abgeschlossen haben, stehen Ihnen alle Einträge der Wissensdatenbank zur Verfügung. Haben Sie einen Wartungsvertrag bei Ihrem Business Partner, führt dieser die systemrelevanten Downloads für Sie aus.**

## Vorschau

In der nächsten Ausgabe der „KundenWelt“ erwarten Sie folgende Themen:

- Schwerpunktthema ERP
- Die KundenWelt im Gespräch mit Lynn-Kristin Thorenz, Consultant bei Pierre Audoin Consultants
- Die neue Classic Line stellt sich vor

**Erscheinungstermin: Ende Juli**

**Anzeigenschluss: 12. Juni 2009**

## PinnWand

### Wir sagen danke ...

... für Ihre Teilnahme an der ersten Umfrage zu Ihrer Zufriedenheit mit Ihrem Sage Fachhändler und beglückwünschen die folgenden 10 Gewinner der Amazon-Gutscheine in Höhe von jeweils 10 Euro: Streicher Maschinenbau GmbH · Helmut Koenen GmbH · IS Schwerin Projektbau GmbH · Sägewerk u. Holzhandlung Gebr. Geilen · Holz Eismann · Worscheck-Jillich GdB.R · Wilhelm Haas Bürstenfabrik · Ralph Herbicht Buchhaltungsbüro · ADDEND GbR · SoAI alternativer Wohlfahrtsverband LV Hamburg e.V.

**Wir würden uns freuen, wenn Sie auch an der nächsten Befragung im Juni teilnehmen würden.**

### Kontakt

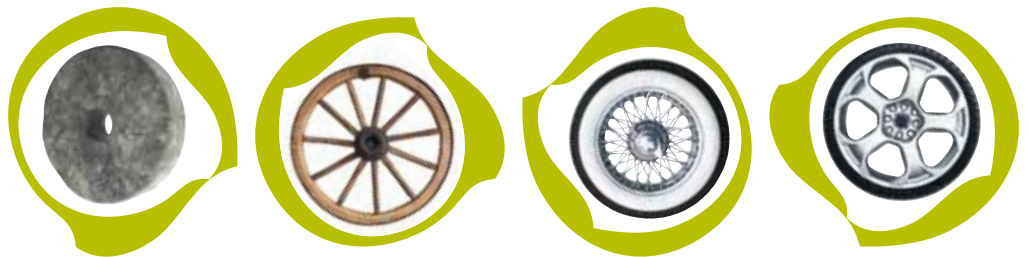
Informationen zu den Themen rund um die Sage Software Lösungen erhalten Sie bei Ihrer Kundenbetreuung unter 069 50007-6333 oder schauen Sie unter [www.sage-servicewelt.de](http://www.sage-servicewelt.de) vorbei. Gerne steht Ihnen auch Ihr Sage Business Partner für Fragen zur Verfügung.

### Ihre Meinung

Fehlt Ihnen etwas? Haben Sie Verbesserungsvorschläge oder Änderungswünsche? Wir freuen uns auf Ihre Anregungen per E-Mail an [kundenwelt@sage.de](mailto:kundenwelt@sage.de)!

## Anzeige

## Fortschritt lässt sich nicht aufhalten!



Einige Entwicklungen verändern die Welt. Sie machen unser Leben einfacher und helfen uns, schneller an unsere Ziele zu kommen. Dazu mussten sie immer weiter optimiert werden, bis sie Perfektion erreicht haben.



Machen Sie jetzt bei Ihrer Software den nächsten Schritt. Entscheiden Sie sich für die **Office Line Evolution**

Rufen Sie uns unter der 069 50007-6333 an, wir beraten Sie gerne.

# Prozess-**OPTIMIERUNG** –

## **JETZT !** oder?

**Ressourcen optimieren, Flexibilität erhöhen  
und Kosten senken!**

Die innovative Sage Office Line ist die Basis,  
um mit den integrierten Modulen

- Produktion
- Produktkonfigurator
- Qualitätsmanagement
- Fertigungsleitstand

eine Optimierung Ihrer Fertigungsprozesse zu realisieren.

**Packen WIR es an!**



**PC-TUTOR  
IT-Systemhaus GmbH**

Tel: 030 - 64 33 13 11  
office@pc-tutor.de  
www.pctutorit.de



Besuchen Sie uns auf der **HANNOVER MESSE**  
vom 20. - 24. April 2009 in Halle 17, Stand B 45.

**WIR SEHEN UNS !**

**Rocon Rost Consulting GmbH**

Tel: 04261-84 090  
info@rocon-net.de  
www.rocon-net.de



**Bösen & Heinke GmbH & Co.KG**

Tel: 02173-10 907-0  
www.buh.com  
info@buh.com



*We do IT 4 you!*

**DUALIS GmbH  
IT Solution**

Tel: 0351- 47 791-0  
dualis@dualis-it.de  
www.dualis-it.de

