

# COMPUTERWOCHE

www.computerwoche.de



## Web 2.0 - Der Kran aus dem Shop

*Demag Cranes führt die Logiken seiner bislang getrennten Produktkonfiguratoren zusammen.*

Von Astrid Schau\*

**D**ie Materialfluss-, Logistik- und Antriebslösungen von Demag Cranes sind seit Jahren auch im Internet zu finden. Doch nun geht das Traditionsunternehmen einen Schritt weiter und verbindet Produktkonfiguration mit Webshop-Technik.

Entwirft etwa ein Fertigungsplaner bei Daimler das Layout für eine neue Halle, kann er die benötigten Hebevorrichtungen im Designer gleich mitplanen. Er gibt Traglasten an, entscheidet sich für Kettentzugtypen und erhält eine detaillierte Beschreibung der konfigurierten Lösung. Dann leitet er die mit einer „Bestellnummer“ gekennzeichnete Konfiguration als Link an den Einkäufer weiter. Sobald dieser sich im Demag-Shop einloggt, sieht er das Angebot mit den vereinbarten Konditionen und kann online die Bestellung auslösen.

### Für Tablets gerüstet

„Wir beseitigen Missverständnisse zwischen Techniker und Einkäufer“, beteuert Helge Hintze, Leiter des Referats Designer bei Demag: „Der Einkäufer kann sich

voll auf seinen Part konzentrieren: Preise und Konditionen.“

Besonders interessant wird die Lösung dann, wenn der Tablet-PC in den Werkshallen angekommen ist. Wie Hintze prophezeit, kann der Planer überall, wo er geht und steht, die Rahmendaten vor Ort erfassen und auf diese Weise den Bestellvorgang anstoßen.

Mit der Angebotspalette immer schon da zu sein, wo das Web 2.0 ankommt, ist für den Konzern von strategischer Bedeutung. Dieses Bemühen geht einher mit einer umfangreichen Restrukturierung der Geschäftsbereiche.

Erfahrung mit Produktkonfiguratoren hat das Unternehmen seit mehr als 15 Jahren gesammelt. Der erste „Designer“ entstand 1996 mit der Einführung einer neuen Reihe von Getriebemotoren. Danach folgten weitere Lösungen. Sie wurden von den jeweiligen Produktbereichen entwickelt und/oder betreut. Letztlich gab es pro Produktbereich eine isolierte Lösung, und jede setzte auf speziellen Techniken auf.



**„Der Einkäufer kann sich voll  
auf seinen Part konzentrieren:  
Preise und Konditionen.“**

**Helge Hintze**, Leiter des Referats Designer bei Demag

Das wollte der Konzern ändern. Als Folge einer strategischen Entscheidung wurde eine Projektinitiative gestartet: Die einzelnen Produktkonfiguratoren sollten standardisiert, untereinander verknüpft und in die Vertriebsprozesse integriert werden. Dieser „Kraftakt“ hat sich gelohnt, so Hintze: „Das gesamte Produktwissen ist nun in einem System gebündelt und übersichtlich dargestellt.“

### **Ein gewisses Risiko**

Hinsichtlich der Konfiguratorsoftware fiel die Wahl auf das Produkt der camos Software und Beratung GmbH aus Stuttgart. „Durch die regelbasierte Programmierung konnte camos eine Lösung anbieten, die es erlaubt, die Logik unserer komplexen Produkte auf einfache Weise abzubilden“, so Hintze.

Die Ingenieure auf der Kundenseite greifen also nicht nur auf die gesamte Produktpalette zu, sondern erhalten auch die technischen Daten, Unterlagen und Zeichnungen, die sie benötigen. Dank der Integration in die Unternehmensprozesse ist sichergestellt, dass die Konfiguration technisch einwandfrei ist und in der gewünschten Zeit gebaut werden kann. camos unterstützte das Projektteam mit zeitweise zwei Beratern.

Auch der freie Berater Wolfgang Volkelt begleitete das auf mehrere Jahre angelegte Projekt. Aus seiner Sicht geht Demag Cranes mit dem frei zugänglichen Konfigurator ein gewisses Risiko ein: „Wir müssen damit rechnen, dass der Anwender, der noch kein Kunde ist, sich bei Demag Cranes nur informiert, spricht: eine kostenfreie Engineering-Leistung erhält, die Lösungen dann aber nicht von uns bezieht.“ Andererseits müssten technische Kompetenz, Produktspektrum und Marke auch auf diesem Weg vermittelt werden.

### **Von Consumer-IT lernen**

Das Demag-Designer-Team plant, auch andere Ideen aus dem Konsumgüterorientierten E-Business zu integrieren. Dazu zählen beispielsweise ein „Empfehlen“-Button, der Aufbau einer Community oder Marketing-Maßnahmen über Aktions-Websites.

Auch an die unerfahrenen Besucher des Shops haben die Konfigurationsspezialisten gedacht. Manche Anwender wissen gar nicht, wonach sie suchen müssen, um ihr Problem zu lösen. Ein dem Webshop vorgeschalteter Produktfinder soll künftig Abhilfe schaffen. *(qua)*

\*Dr. Astrid Schau ist Fachautorin in Rottenburg a. N.

**Sonderdruck aus COMPUTERWOCHE NR. 12/2011 für**

**camos Software und Beratung GmbH**

Friedrichstraße 14  
70174 Stuttgart

Telefon: +49 711 78066-0  
Telefax: +49 711 78066-60  
[www.camos.de](http://www.camos.de)

**camos.**