



## Let there be light! Lightpower rückt Megastars ins richtige Licht Die myfactory.BusinessWorld erhellt die Prozesse im Back-Office

*Die Referenzliste der Lightpower GmbH ist ebenso lang wie beeindruckend. Madonna, Guns n' Roses, Elton John und Take That, zahlreiche Theater- und Musicalbühnen, der European Song Contest und selbst Veranstaltungsräume im luxuriösesten aller Kreuzfahrtschiffe, der Queen Mary II, sind nur ein kleiner Auszug aus der Liste von Stars, Veranstaltungen und Bühnen, die sich bereits mit Hilfe der Technik und des Know How von Lightpower ins rechte Licht rücken ließen. Seit seiner Gründung vor nunmehr 28 Jahren hat sich das Unternehmen mit Sitz im westfälischen Paderborn das Vertrauen dieser sowie vieler anderer attraktiver Kunden erworben und sich zu einem renommierten Distributor für professionelle Bühnenbeleuchtung und Showtechnik entwickelt. In diesem Markt, der in den vergangenen zehn Jahren von rasantem technologischen Fortschritt ebenso geprägt worden ist wie von geändertem Kundenverhalten, behauptet sich Lightpower auch dadurch höchst erfolgreich, dass Trends nicht nur nachvollzogen, sondern antizipiert und die unternehmensinternen Prozesse kontinuierlich up-to-date gehalten werden. Seit Beginn des Jahres 2006 wird hierzu im EDV-Bereich unternehmensweit die myfactory.BusinessWorld eingesetzt.*

### DIE HERAUSFORDERUNG: ▶

Die ebenso schlichte wie unerfreuliche Ankündigung des damaligen Softwareanbieters, die Updates der eingesetzten Software einzustellen, veranlasste die Verantwortlichen bei Lightpower im Jahr 2004, den Markt für mittelständische Unternehmenssoftware mit dem Schwerpunkt ERP zu sondieren.

„Der Markt, in dem wir tätig sind, ist vergleichsweise überschaubar. Man kennt sich“, erläutert Ralph-Jörg Wezorke, Geschäftsführer von Lightpower. „Unser Marktumfeld hat sich besonders in der vergangenen Dekade stark verändert und diese Dynamik wird unserer Meinung nach auch anhalten. Zum einen hat sich durch den rasanten technologischen Fortschritt die Vielfalt des Angebotes in der Bühnentechnik stark vergrößert. Zum anderen beobachten wir unter anderem wegen eines gewachsenen kaufmännischen Bewusstseins im Allgemeinen und in Folge enger Budgets bei Kunden in der Trägerschaft der öffentlichen Hand im Besonderen ein deutlich verändertes Käuferverhalten. Es war uns klar, dass Lightpower ohne updatefähige Unternehmenssoftware nicht weiter die führende, kundennahe und innovative Rolle spielen können, die unser Unternehmen stets eingenommen und erfolgreich gemacht hat. Somit lag der Handlungsbedarf in Sachen Software auf der Hand.“

Mit Blick auf die Anbindung des Außendienstes sowie der im Homeoffice tätigen Mitarbeiter war ein webbasiertes System gewünscht und erforderlich. „Vor dem Hintergrund unserer Erfahrungen haben wir natürlich auch sehr auf Updatesicherheit geachtet“, ergänzt EDV-Leiter Udo Heggemann. „An diesem Punkt war uns eine zentrale Installation wichtig, so dass Einspielungen von Updates ebenfalls zentral und so mit relativ geringem Aufwand stattfinden können. Zudem sollte die auszuwählende Software für bereits geplante künftige Erweiterungen über eine integrierte Webshop-Architektur verfügen.“



Ralph-Jörg Wezorke  
Geschäftsführer

### DIE AUSWAHL: ▶

Nach einer ersten Betrachtung von rund zehn Softwarelösungen in einer Vorauswahl leiteten die Verantwortlichen bei Lightpower ein intensives Auswahlverfahren zwischen zwei verbliebenen Lösungen ein. Unter diesen befand sich die myfactory.BusinessWorld der myfactory Software GmbH, die von Eugen Seiwert, Chef des myfactory.ConsultingCenters Seiwert GmbH, präsentiert wurde.

„Da wir einen unternehmensweiten Einsatz der neuen Software planten, war es uns besonders wichtig, Vertreter aller unserer Unternehmensbereiche in das Auswahlverfahren einzubeziehen und deren Anforderungen zu berücksichtigen“, erläutert Udo Heggemann. So seien für beide in der Endauswahl befindlichen Produkte jeweils zweitägige Workshops unter Beteiligung von Vertretern der Fachbereiche Einkauf, Vertrieb, Marketing, Warenlogistik, Service, Konfektion und Administration durchgeführt worden. Neben dieser Betrachtung aus den Fachbereichen, die sich naturgemäß auf Funktionalität und den Bereich Menüführung und Oberflächenergonomie konzentrierte, fand selbstverständlich auch eine Bewertung der konkurrierenden Angebote aus wirtschaftlicher Sicht statt.

## DIE AUSWAHL:

„Neben den genannten und zahlreichen weiteren Kriterien haben wir schließlich noch ein ganz besonderes Augenmerk auf die nahtlose und vollständige Migration unserer Stamm- und Bewegungsdaten gelegt“, erinnert sich Udo Heggemann. „Es war schon beeindruckend, dass Eugen Seiwert uns im Rahmen des Workshops quasi aus der Hüfte eine perfekte und vollständige Datenmigration live demonstriert hat. Da die myfactory.BusinessWorld auch in beinahe allen anderen Kategorien die Nase vorn hatte, haben wir uns schließlich aus Überzeugung für diese Lösung entschieden. Ich darf hinzufügen, dass neben allen technischen und wirtschaftlichen Aspekten auch die Aussicht auf ein menschlich angenehmes Miteinander mit Eugen Seiwert und seinem Team bei der Umsetzung dieses Projektes für uns eine Rolle gespielt hat.“



Arbeiten Seite an Seite  
Udo Heggemann und Eugen Seiwert

## DIE UMSETZUNG:

Die für eine Softwareeinführung vorbildliche Einbeziehung der Anwender aus den Unternehmensbereichen fand bei Lightpower während der Implementierungsphase ihre Fortsetzung. So schlossen sich an die Entscheidung für die myfactory.BusinessWorld im Mai 2005 wiederum Workshops mit den Fachbereichen an, in denen zahlreiche Prozesse und die damit verbundenen Funktionalitäten exakt definiert wurden. Diese setzte das Team von Eugen Seiwert in enger Zusammenarbeit mit Udo Heggemann und dort, wo erforderlich, auch dem Entwicklungsteam der myfactory um Entwicklungschef Marco Gerlach bis Dezember 2005 um. „Die Zusammenarbeit mit der Mannschaft der Seiwert GmbH war ebenso fachlich kompetent wie menschlich angenehm“, lobt Udo Heggemann. „Auch die sehr pragmatische und zeitnahe Unterstützung durch die myfactory Software als Hersteller war prima.“ Das Lob gibt Eugen Seiwert postwendend zurück: „Bemerkenswert bei diesem Projekt war die funktionierende Kommunikation in alle Richtungen und der daraus resultierende Gewinn für alle Seiten“, sagt der IT-Experte. „Von den vielen Neuerungen und Funktionserweiterungen im Release 3.x der myfactory.BusinessWorld gehen rund 15 auf die konstruktiven Anregungen des Lightpower-Teams zurück.“

Vor der für den Jahresbeginn vorgesehenen Liveschaltung der neuen Software war dann noch die heikle Aufgabe der Datenmigration zu lösen. Und so schauten alle Projektbeteiligten doch mit etwas Spannung auf den ‚Big Bang‘ am 2. Januar 2006.

## DAS ERGEBNIS:

„Die Migration sämtlicher Stamm- und vor allem aller Bewegungsdaten hat ausgezeichnet funktioniert“, sagt Udo Heggemann. „Alle Mitarbeiter haben ihre laufenden Vorgänge so vorgefunden, wie sie diese vor der Umstellung hinterlassen hatten und wir konnten unser Geschäft reibungslos und nahtlos fortführen. Alleine das ist ein Teilergebnis, das man gar nicht hoch genug bewerten kann.“

Die bei der Einführung einer neuen Software üblichen kleineren Holprigkeiten habe man mit Hilfe der Seiwert GmbH und wiederum auch den Entwicklern von myfactory schnell in den Griff bekommen. „Die Rückmeldung unserer rund 40 Mitarbeiter, die unmittelbar mit der Software arbeiten, ist durchaus positiv“, berichtet Udo Heggemann. Die nicht befriedigende Performance in Sachen Geschwindigkeit bei der Erstellung von sehr umfangreichen Belegen habe man in enger Kooperation mit den Partnern mittlerweile optimieren können.



„Unter dem Strich können wir sagen, dass die Einführung der myfactory.BusinessWorld durch die Seiwert GmbH für Lightpower ein Erfolg war und dass unsere Prozesse von der Leistungsfähigkeit der neuen Software insgesamt profitieren“, resümiert Udo Heggemann weiter. „Das gilt für die Warenwirtschaft ebenso wie für den Bereich CRM, wo wir auf Grund der nun vorhandenen vielfältigen Auswertungs- und Betrachtungsmöglichkeiten über Daten verfügen, die es den Kollegen in Vertrieb, Marketing und Service ermöglichen, unsere Kunden noch aktiver und noch zielgenauer zu betreuen und zu beraten.“

Wie heißt es immer so schön in der Unterhaltungsbranche? ‚The show must go on!‘. Und die Show kann weitergehen. Die Experten der Firma Lightpower stehen mit ihrer Erfahrung, ihrem Know How sowie ihrem Produkt- und Serviceportfolio weiterhin bereit, auf allen Showbühnen dieser Welt für die richtige Beleuchtung zu sorgen. Denken Sie bei Ihrem nächsten Bühnenbesuch doch einmal daran ...