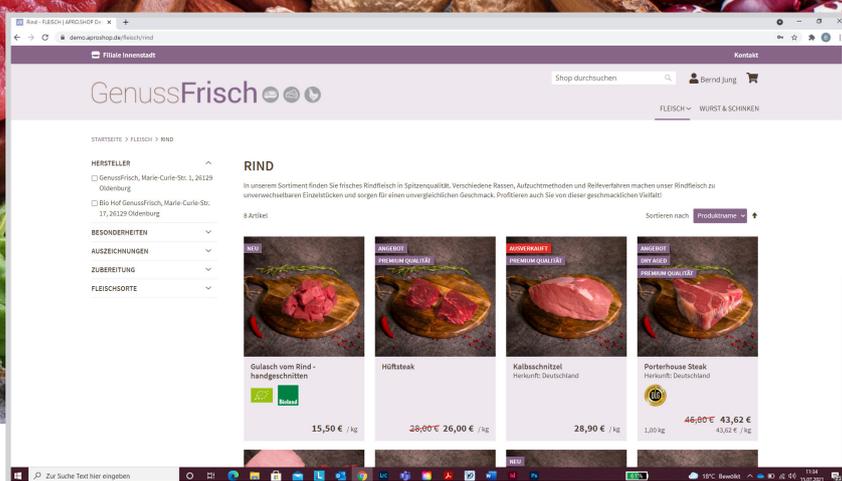
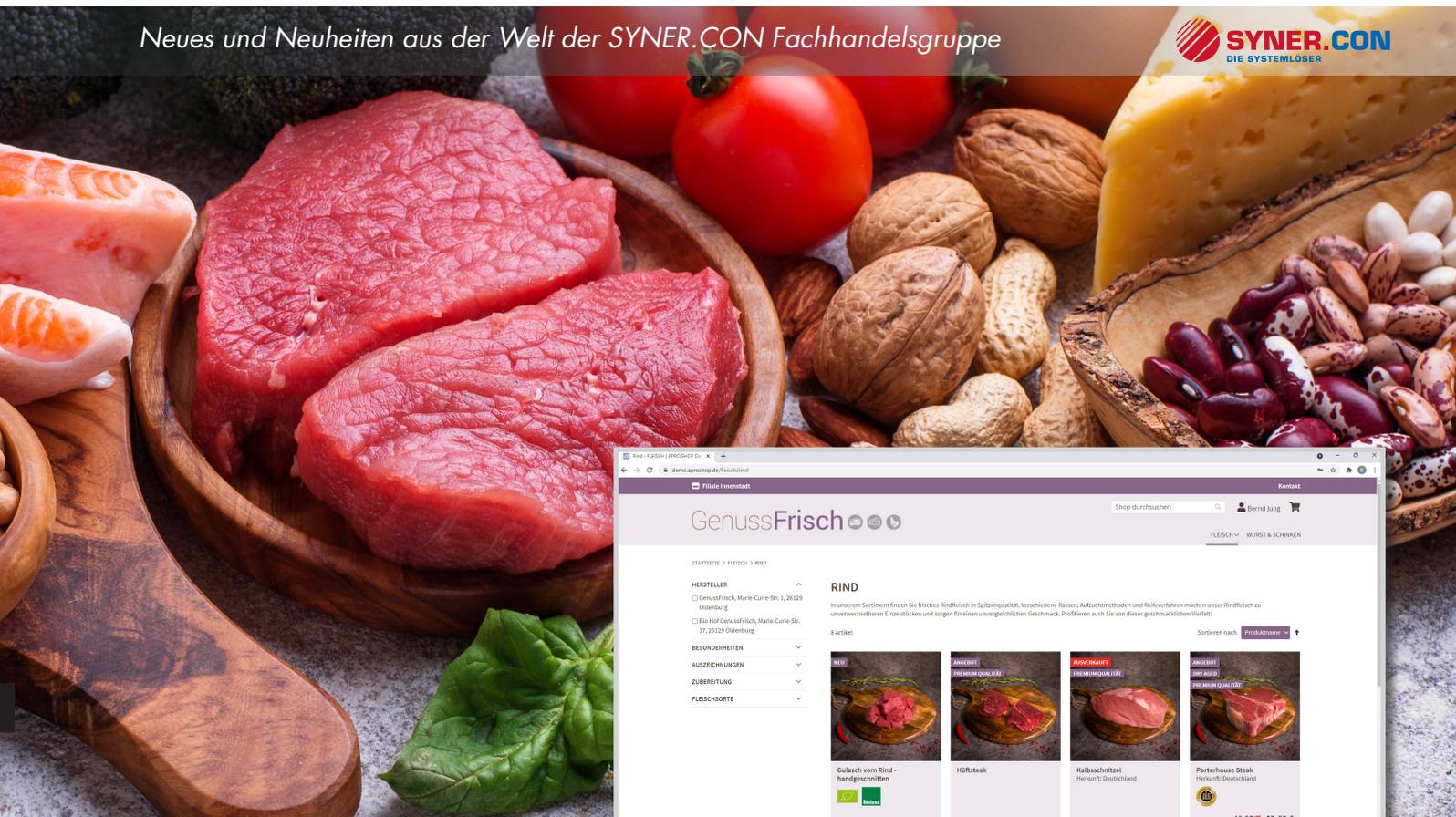


a APRO.CON NEWS

Neues und Neuheiten aus der Welt der SYNER.CON Fachhandelsgruppe



Ab sofort geöffnet!

Willkommen bei GenussFrisch – dem 24/7 geöffneten APRO.SHOP-Demo-Shop.

Interessenten können unter demo.aproshop.de jetzt den speziell für die Anforderungen von Metzgereien und Lebensmittelbetrieben entwickelten Online-Shop auf Herz und Nieren testen.

Es ist soweit: Der im Herbst 2020 angekündigte APRO.SHOP ist startklar. Wer sich selbst ein Bild vom Web-Shop machen und eine virtuelle Probebestellung aufgeben möchte, kann dies ab sofort unter dem oben genannten Link tun. „APRO.SHOP Basis ist nun zum Vertrieb freigegeben“, so APRO.CON-Geschäftsführer Jens Eden. „APRO.CON-Kunden können jetzt ihr vorhandenes Warenwirtschaftssystem um ein vollständig integriertes Click & Collect-

System für Vorbestellungen erweitern. Derzeit arbeiten wir mit Hochdruck an den Varianten Business und Enterprise, mit denen Kunden APRO.SHOP um diverse Versand- und Bezahloptionen bzw. attraktive Funktionen zur Geschäftskundenbetreuung sowie Schnittstellen zu Logistikdienstleistern etc. ergänzen können.“ Der Zeitplan sieht einen Vertriebsstart bis zum Jahresende vor. Bereits vor dem offiziellen Vertriebsstart von APRO.SHOP Basis haben sich



SYNER.CON
Halle 5, Stand A21
18. – 20.9.2021



Digital und handwerklich fit

Tobias Fichtel, Geschäftsführer der Metzgerei Mayer im schwäbischen Ilfeld, sieht APRO.SHOP als vollwertige Digital-Filiale

bislang bereits acht Betriebe für den Web-Shop entschieden und teils als erste Pilotkunden ihr Feedback in die Entwicklung mit eingebracht.

Bündelung aller Bestelleingänge

Unter den Early Adoptern, die hohe Erwartungen an den Online-Vertriebskanal haben, ist die in Ilfeld alteingesessene Metzgerei Mayer. Dort treibt Tobias Fichtel in dritter Generation die Digitalisierung des Betriebs voran. „Wir haben erst jüngst Firmenlogo, Corporate Identity und unseren Internet-Auftritt komplett runderneuert und modernisiert. Mit dem Web-Shop eröffnen wir jetzt zusätzlich zum Stammhaus in Ilfeld und der Filiale in Pfeleidsheim eine 24/7-geöffnete digitale Filiale.“ Er sieht im Web-Shop einen weiteren wichtigen Schritt in Richtung Digitalisierung und Automatisierung der Betriebsabläufe. Tobias Fichtel: „Jede doppelte Datenpflege oder unnötige manuelle Zwischenerfassung ist eine

„Das Einkaufserlebnis muss eine Qualität wie bei Amazon haben. Ich rechne mit einem Plus von gut 20 Prozent bei den Vorbestellungen.“

Tobias Fichtel

Jetzt Probe-Shoppen!

Hier geht's zu unserem Demo-Shop  Hier auch: www.demo.aproshop.de



zu viel. Stammdaten und deren Änderungen müssen automatisiert zwischen Warenwirtschaftssystem und Web-Shop synchronisiert werden. Deshalb kam eine App-Lösung für uns nicht in Frage. Wir haben übrigens vor, den Web-Shop auch ‚intern‘ zu nutzen: Wir werden alle Arten von Vorbestellungen in APRO.SHOP erfassen. Gibt ein Kunde eine Vorbestellung telefonisch auf, erfasst ein Mitarbeiter sie im Web-Shop und wir haben den Vorgang für unsere Produktion etc. sofort im System.“

Kunden kaufen hochwertiger

Ortswechsel. Die Traditionsmetzgerei Hamm in Griesheim bei Darmstadt sammelte mit ihrer App bereits Erfahrung zum Online-Kaufverhalten. „Wir haben dabei gesehen, dass die Kunden Click & Collect annehmen. Die Abverkaufszahlen zeigen, dass die Kunden beim Online-Kauf tendenziell entdeckungsfreudiger sind und eher einmal einen unbekanntes Cut wie beispielsweise Teres Major probieren“, so Melita Schuller, die für die Einführung von APRO.SHOP im Haus verantwortlich zeichnet. „Online kann ich mich in Ruhe über das Produkt informieren, da probiert man leichter etwas Neues als beim gewohnten Wochenendeinkauf.“ Als erster APRO.SHOP-Pilotkunde war die Metzgerei Hamm von Anfang an bei der Shop-Entwicklung mit dabei. „Die Anfrage, ob wir als Pilotkunde mitwirken wollen, kam zum perfekten Zeitpunkt. Wir hatten uns schon etliche Baukastensysteme

Die Shop-Varianten im Überblick

- **APRO.SHOP Basis:** Einfaches Click & Collect-Vorbestellsystem; der Kunde holt seine Online-Bestellung in der Filiale ab und bezahlt vor Ort.
- **APRO.SHOP Business:** Beinhaltet zusätzlich Versandanbindung, Kategorisierung der Bestellung nach erforderlicher Versandart (z.B. TK-Ware) und unterstützt Online-Bezahloptionen.
- **APRO.SHOP Enterprise:** Erweitert die Business-Edition u.a. um Funktionen zur individuellen Geschäftskundenbetreuung und Schnittstellen zu Logistikanbietern, Online-Marktplätzen sowie Dropshipping-Fulfilmentanbietern.

Mit dem QR-Code gelangen Sie zu einer ausführlichen Übersicht zu den Funktionen der einzelnen Module:



Mag keine halbgaren Online-Shop-Lösungen

Melita Schuller, verantwortlich bei der Metzgerei Hamm, Griesheim, für Marketing, Catering und Online-Shop, nutzte die durch die Pandemie frei gewordene Zeit im Catering-Geschäft, um die Suche nach einer passenden Web-Shop-Lösung voranzutreiben

angeschaut, keines aber konnte uns wirklich überzeugen. Stück- und Kilopreise entpuppen sich da oft schon als Hürden. Als wir hörten, dass APRO.CON in das Thema Web-Shop einsteigt, war das mit der Aussicht auf die Integration mit der Warenwirtschaft Musik in unseren Ohren. Wenn wir alles in einem System pflegen können, beseitigt das viele mögliche Fehlerquellen, etwa manuelle Übernahmen, bei denen durch Ablesefehler plötzlich die Blutwurst zur Bratwurst wird.“ Die eigene App soll zunächst parallel weiterlaufen. Melita Schuller: „Auch wenn dies Mehrarbeit bedeutet: Wir wollen unsere bereits digitalen Kunden sanft an das neue Shop-Angebot heranführen.“

„Standard-Baukasten-Shopsysteme scheitern schnell an branchenspezifischen Anforderungen.“

Melita Schuller



Schön, Sie wiederzusehen!

Nach langer Messeabstinenz kommt SYNER.CON mit jeder Menge Neuheiten im Gepäck zur SÜFFA nach Stuttgart.

Erste Adresse für einen Besuch auf der Süffa: Prominent platziert in Halle 5 und auf mehr Quadratmetern als je zuvor präsentiert sich SYNER.CON auf der SÜFFA 2021 am Gemeinschaftsstand A21 mit Ausstellungspartner GRAEF. Für APRO.CON-Nutzer damit erstmals auch die Gelegenheit, APRO.SHOP live auf einer Messe kennenzulernen. Softwareseitig werden bei den Neuerungen vor allem auch die leistungsstarken Kassensystemfunktionen im Vordergrund stehen so-

Jetzt Ticket anfordern!
 Einfach QR-Code scannen oder per Mail
 an: info@braun-waagen.de

wie die Vorschau auf eine Gutscheine-App, mit der Kunden per QR-Code bzw. Kundenkarte filialübergreifend einkaufen können; diese Umsätze werden anschließend in der Kassensystem-App automatisch in die Tagesabschlüsse übernommen. Hardwareseitig gehen die Waagen der FreshWay Line von Mettler-Toledo am SYNER.CON-Stand jetzt mit noch

mehr Rechenpower an den Start; erstmals zu sehen ist der Prototyp einer FreshWay-Thekenwaage mit Doppeldrucker für Bon- und Etikettendruck. Ganz im Trend: Kassensysteme für das kontaktlose Bezahlen. Hier erwartet die Messebesucher der VNE Virtuo mit seinem Cash-Recycler für Banknoten in bis zu vier Stückelungen. Wir freuen uns auf Ihren Besuch in Stuttgart!

Messe Stuttgart, Metzgerei Hamm

„Nicht 1:1 kopieren“

Mit eigenen Stärken den Supermarkt-Billigheimern die Stirn bieten! Ein professioneller Online-Shop ist ein Mosaikstein, sagt APRO.CON-Chef Jens Eden – und verrät, warum es dennoch keine APRO.SHOP-App gibt.

Der Verkauf von Frischeprodukten lebt vom Verbrauchervertrauen in die Produktqualität. Kann das im Online-Shop funktionieren?

Absolut. Es macht aus Käufersicht einen Unterschied, ob ein Frischeprodukt anonym aus dem Zentrallager eines Online-Giganten oder eines Start-ups kommt – oder vom lokalen Metzgereibetrieb oder Hofladen meines Vertrauens. Dort kenne ich die Filiale, das Sortiment, die Mitarbeiter. Ich weiß, welche Qualität ich bekomme, dass die Pinkel so schmecken, wie ich es bei meinem Metzger gewohnt bin. Das sind für den regionalen Anbieter handfeste Wettbewerbsvorteile. Wichtig dabei aber ist, nicht 1:1 die Shop-Konzepte der Großen zu kopieren.

Inwiefern?

Ich empfehle, den Online-Shop gedanklich als weitere Filiale zu sehen und diese nahtlos in die vorhandene Infrastruktur einzubinden. Das beginnt idealerweise in der Datenpflege mit der automatischen Übernahme von Online-Bestell- und Kundendaten in das Warenwirtschaftssystem und geht umgekehrt weiter mit der Bereitstellung von Stammdaten wie Preisen, Artikeln und Artikelbeschreibungen aus der Warenwirtschaft für den Online-Shop. Das bedeutet im Ergebnis eine durchgängige, einheitliche Datenpflege für beide Vertriebskanäle und damit keine unnötigen Doppelarbeiten. Das ist kein Muss, aber ratsam. Logistik und Transport sind beim Online-Verkauf von Frischeprodukten die Knackpunkte. Hier kann ich das Online-Angebot mit meiner stationären Filialstruktur verzahnen und etwa Click & Collect-Vorbestellungen für Filialabholungen anbieten. Das kann der Internet-Riese nicht. Oder ich



biere in der Nahversorgung einen Lieferservice über meinen Catering-Fuhrpark an. Auch so kann ich online viel zur Kundenbindung und Servicezufriedenheit beitragen.

APRO.SHOP verzichtet auf eine App ...

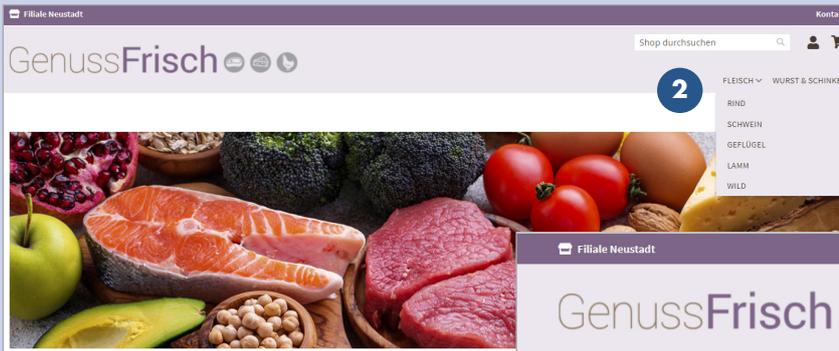
Das ist richtig. Wir haben uns für eine browser-basierte Lösung entschieden, nachdem wir uns eingehend Statistiken zum Online-Kaufverhalten sowohl über mobile Geräte wie Smartphones und Tablets als auch stationäre Geräte wie PCs angeschaut haben. Diesen Ansatz bewerten wir für kleine und mittlere Betriebe nicht nur als erfolgsversprechender. Er hat darüber hinaus auch den Charme, dass die neue Internet-Filiale mittels einer einfachen Link-Umleitung in die bestehende Internet-Präsenz eingebettet werden kann. Wir übernehmen dabei in Zusammenarbeit mit einem Partner das Hosting des Shops. Dies erfolgt in einem TÜV-geprüften, ISO 9001:2015- und ISO 27001:2013-zertifiziertem Tier III+ Rechenzentrum in Deutschland.

Neben unterschiedlichen APRO.SHOP-Ausbaustufen bieten Sie optionale weitere Dienstleistungen an.

Ja, genau. Ich behaupte, die meisten Metzger führen ihren Betrieb mit Herzblut und Leidenschaft – und sind sehr offen dafür, ihren Kunden das Einkaufen online zu ermöglichen. Aber nicht jeder hat die Zeit, sich um alle Details selbst zu kümmern. Wir wollen es diesen Betrieben möglichst einfach machen, sich auf ihr Kerngeschäft zu konzentrieren und bieten daher eine Fülle an wichtigen Standard- und optionalen Dienstleistungen für einen professionellen Web-Shop-Auftritt an. Dazu zählen die Unterstützung bei der Bebilderung, bei den Produktbeschreibungen oder der Suchmaschinenoptimierung.

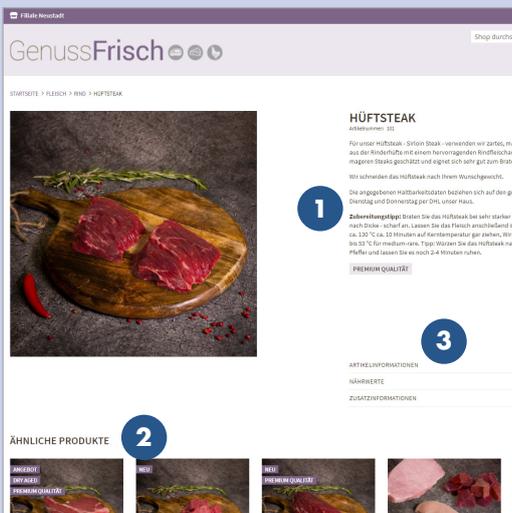
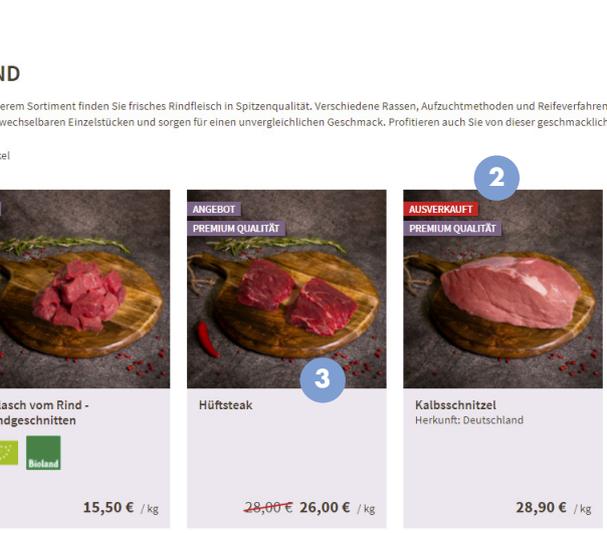
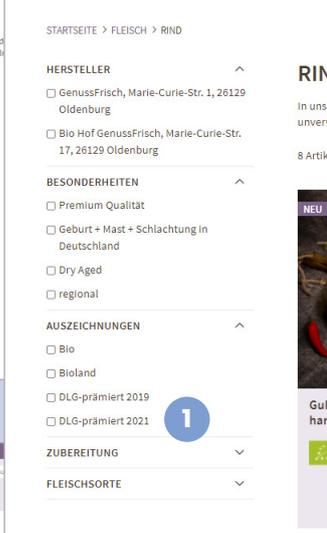
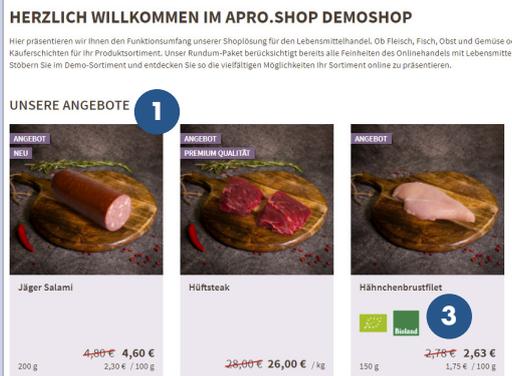
Welche Chancen sehen Sie im eigenen Online-Shop?

Wir sehen heute viel Wettbewerb zwischen One-Stop-Shopping und Convenience-Produkten auf der einen, sowie frischen regionalen Erzeugnissen auf der anderen Seite. Es genügt nicht, nur gute Ware zu haben. Die Gefahr ist, dass Kunden, die bislang bei ihrem lokalen Metzger einkauften, aus reiner Bequemlichkeit, Stichwort: One-Stop-Shopping, zum Discounter-Steak greifen – wissentlich, dass sie wohl kaum die gleiche Qualität erwartet. Mit einem professionellen Online-Shop stärke ich mein Image und bin verkaufstechnisch auf der Höhe der Zeit. Kombiniert mit einem Lieferangebot kann ich mit Qualität gegen das Supermarktschnitzel punkten. Führe ich haltbare Spezialitäten im Sortiment, für welche mein Betrieb oder die Region bekannt sind, gewinne ich mit entsprechender Vermarktungsstrategie fast mit Garantie einen überregionalen Kundenstamm.



Willkommen in der Online-Filiale!

- 1 Sonderangebote auf der Startseite
- 2 Schnelle Artikelsuche über Produktkategorie oder Freifeldeingabe
- 3 Gütesiegel sofort im Blick



Ganz nach Kundengeschmack!

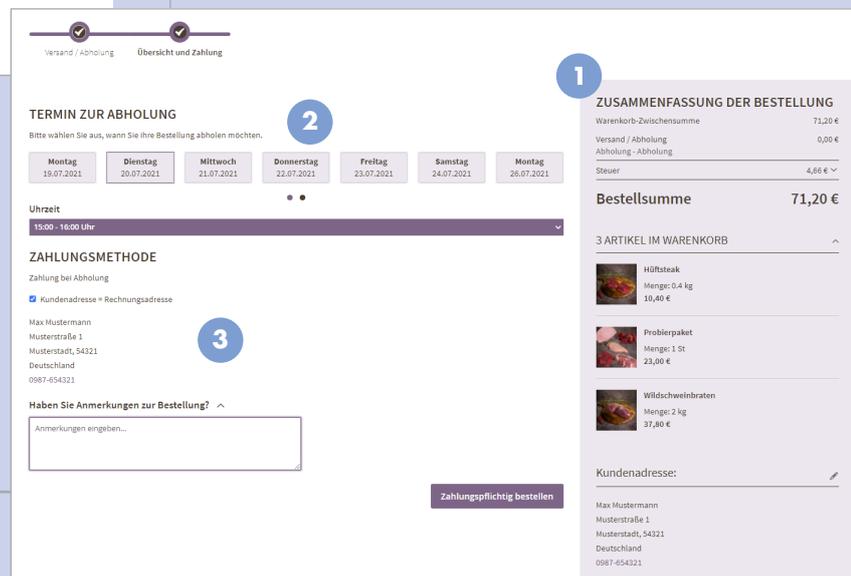
- 1 Umfangreiche Filterkriterien für detaillierte Artikelsuche nach Herkunft, Zubereitung, Gütesiegel, Ernährungsgewohnheiten, etc.
- 2 Ausverkauft? Nutzerfreundliche Kennzeichnung derzeit nicht verfügbarer Artikel
- 3 Aufmerksamkeitsstarke Bebilderung (kostenfreier Bilderpool oder Eigenaufnahmen)

Bestens informiert!

- 1 Ausführliche Artikelbeschreibungen, Tipps zu Aufbewahrung, Zubereitung und vieles mehr – aus Ihrer Datenbank oder über unsere optionalen Zusatzleistungen
- 2 Verkaufsfördernd: Kontextsensitive Empfehlungen für ähnliche oder komplementäre Produkte (z. B. Grillsauce zum Steak)
- 3 Detaillierte Zusatzinfos z. B. zu Herkunft, Haltbarkeit, Allergienhinweise, Zusatzstoffe, etc.

Einfacher Bestellabschluss

- 1 Übersichtlicher Warenkorb
- 2 Einfache Terminvereinbarung/Lieferung
- 3 Zahlungsmethode und Lieferadresse bestätigen





Keine krummen Geschichten!

Eine runde Sache: So nehmen Sie in APRO.CON mit nur wenigen Mausklicks artikelgenau Preiserhöhungen auf verkaufsfördernde gebrochene Preise (x,x9 Euro) vor.

APRO.CON unterstützt Sie mit einer sehr komfortablen Auf-/Abschlagsfunktion für Preisänderungen. Mit dieser Funktion können Sie eine Vielzahl ausgewählter Preise mit wenigen Mausklicks um einen festen Betrag oder um einen prozentualen Wert ändern.

In unserem Anschauungsbeispiel wollen wir die Verkaufspreise für Artikel an der Ladentheke um 10 Prozent erhöhen und hierbei trotz einer pauschalen, prozentualen Preiserhöhung krumme Verkaufspreise (z. B. 13,97 €) vermeiden.

So wird's gemacht

Öffnen Sie in der Navigation das Modul „Preise“ und wählen Sie anschließend über die Filterfunktion die Preiskategorie für Ihre Ladengeschäfte, hier im Beispiel „Standard-

Art.Nr.	PLU	Bezeichnung	Warengruppe	ab Menge	Netto	Brutto	Preiskategorie	gültig
101 225 000	1 225	Wasserrind	W-Schweinefleisch	10,00	11,31 EUR	Standardpreis/V	1.00.21	
101 216 000	1 216	Schweineleichte	W-Schweinefleisch	8,00	8,78 EUR	Standardpreis/V	1.00.21	
101 217 000	1 217	Schweinefleisch mit Knochen	W-Schweinefleisch	8,00	8,78 EUR	Standardpreis/V	1.00.21	
101 212 000	1 212	Schweinehälft	W-Schweinefleisch	11,00	11,88 EUR	Standardpreis/V	1.00.21	
101 213 000	1 213	Schweinegültches mit Fett	W-Schweinefleisch	1,00	8,80 EUR	Standardpreis/V	1.00.21	
101 214 000	1 214	Schweinefleisch am Stück	W-Schweinefleisch	1,00	13,98 EUR	Standardpreis/V	1.00.21	
101 215 000	1 215	Schweinebauch o. Knochen	W-Schweinefleisch	8,00	8,78 EUR	Standardpreis/V	1.00.21	
101 216 000	1 216	Schweinebauch o. Knochen	W-Schweinefleisch	2,00	7,80 EUR	Standardpreis/V	1.00.21	
101 217 000	1 217	Schlingbein	W-Schweinefleisch	8,00	8,58 EUR	Standardpreis/V	1.00.21	
101 218 000	1 218	Einbein Haken	W-Schweinefleisch	8,00	8,58 EUR	Standardpreis/V	1.00.21	
101 219 000	1 219	Einbein vorne geräut	W-Schweinefleisch	4,00	4,78 EUR	Standardpreis/V	1.00.21	
101 220 000	1 220	Schweinehälft	W-Schweinefleisch	10,00	10,88 EUR	Standardpreis/V	1.00.21	
101 224 000	1 224	Schweinegeschopf	W-Schweinefleisch	1,00	13,98 EUR	Standardpreis/V	1.00.21	
101 225 000	1 225	Schweinefuß	W-Schweinefleisch	11,00	11,88 EUR	Standardpreis/V	1.00.21	
101 226 000	1 226	Schweinekopf schmal	W-Schweinefleisch	4,00	4,80 EUR	Standardpreis/V	1.00.21	
101 227 000	1 227	Schweineohr mit Haut	W-Schweinefleisch	11,00	14,38 EUR	Standardpreis/V	1.00.21	
101 228 000	1 228	Schweineohr ohne Haut	W-Schweinefleisch	4,00	5,28 EUR	Standardpreis/V	1.00.21	
101 229 000	1 229	Schweineohr ohne Haut	W-Schweinefleisch	10,00	20,18 EUR	Standardpreis/V	1.00.21	
101 230 000	1 230	Umschneid o. Schwanz	W-Schweinefleisch	10,00	10,88 EUR	Standardpreis/V	1.00.21	
111 121 000	1 121	Rindfleisch	W-Rindfleisch	10,00	13,98 EUR	Standardpreis/V	1.00.21	
111 122 000	1 122	Rindfleisch	W-Rindfleisch	14,00	18,78 EUR	Standardpreis/V	1.00.21	
111 151 000	1 151	T-Schneidefleisch	W-Rindfleisch	20,00	28,28 EUR	Standardpreis/V	1.00.21	
121 350 000	1 350	Kalbsteak	W-Kalbsteak	40,00	48,78 EUR	Standardpreis/V	1.00.21	
121 358 000	1 358	Kalbsbratensteak	W-Kalbsteak	20,00	36,48 EUR	Standardpreis/V	1.00.21	
121 476 000	1 476	Lammfleisch	W-Lammfleisch	10,00	22,98 EUR	Standardpreis/V	1.00.21	
121 478 000	1 478	Lammfleisch	W-Lammfleisch	11,00	14,78 EUR	Standardpreis/V	1.00.21	

Abb. 1: Artikel auswählen

preis-VK Filialen“ (Abb. 1). Setzen Sie das Häkchen bei „nur aktuelle Preise“. Markieren Sie nun durch Drücken der Leertaste alle Artikel, auf welche die Preisänderung angewandt werden soll. Wollen Sie alle in der Ansicht aufgelisteten Preise ändern, so können Sie mit der Tastenkombination „STRG+A“ die gesamte Liste markieren. Klicken Sie im oberen Menüband nun auf das Icon für die Auf-/Abschlagsfunktion (siehe rote Markierung in Abb. 1), um das Fenster „Preise anpassen“ zu öffnen (Abb. 2).

Adobe stock/jordizr / APRO.CON

YouTube Video-Tutorial
 Kurz und bündig in drei Minuten erklärt:
 Preisadjustierungen mit APRO.CON



Bruttopreise anpassen

Legen Sie jetzt fest, ob Sie die Preise um einen festen Betrag oder wie hier im Beispiel prozentual um 10 Prozent erhöhen möchten. **Tipp:** Setzen Sie für

Abb. 2: Preise anpassen

Ladenverkaufspreise den Preisbezug auf „Bruttopreise anpassen“. Sie vermeiden dadurch auch bei einer prozentual angesetzten Preiserhöhung im Zusammenspiel mit der Preisglättung „optisch krumme Verkaufspreise“.

Beispiel

Bruttopreis alt „Wammerl“	12,70 €
10 % Preisaufschlag	1,27 €
Kalkulatorischer Bruttopreis	13,97 €
Verkaufspreis gerundet	13,99 €

Falls Sie Ihre neuen Verkaufspreise in andere Preiskategorien übernehmen möchten, markieren Sie „Preise kopieren in“ und wählen über das Drop-down-Menü die Preiskategorie aus. Geben Sie jetzt noch das Datum ein, ab wann die neuen Preise gültig sein sollen, und bestätigen Sie Ihre Eingabe mit „OK“. **Tipp:** Für befristete Preissenkungen (z.B. Ihre Wochenangebote) verfahren Sie ebenso mit Preisabschlägen. **Nicht vergessen:** Geben Sie das Enddatum ein, bis zu dem das Sonderangebot gültig ist! Das APRO.CON Ereignisprotokoll zeigt Ihnen abschließend an, wie viele Preise geändert wurden.



Familienbetrieb auf dem besten Weg zum 100-jährigen Firmenjubiläum

1925 gegründet, leitet Rolf Hänsel (rechts), die Firma Melzig in dritter Generation.

Seit 2015 ist Sohn Robert (links) im Betrieb mit an Bord, Ines Hänsel hält im Büro den Rücken frei.

Sachsen-Power

SYNER.CON Partner Hänsel hat sich weit über die Grenzen Sachsens hinaus als Waagenspezialist einen Namen gemacht.

Gelebtes Teamwork: „Wir teilen uns die Arbeit und konzentrieren uns jeweils auf die eigenen Stärken.“ So bringt Rolf Hänsel die Zusammenarbeit in den „neuen“ Bundesländern mit SYNER.CON-Partner Bernd Funk von funk it.consulting auf den Punkt. „Bernd betreut vor allem große APRO.CON-Installationen, während wir uns eher um kleinere Installationen kümmern und die SYNER.CON-Kunden bei Waagen, Schneidemaschinen, Zahlautomaten sowie EC-Geräten und Registrierkassen etc. betreuen. Das hat sich so hervorragend eingespielt.“ Rolf Hänsel leitet in dritter Generation den 1925 von Paul Melzig als Schlosserei gegründeten Betrieb seit 1988, nachdem im Jahr zuvor sein Schwiegervater Günther Melzig, Sohn des Firmengründers, verstarb. Bereits kurz nach der Wende erfolgte der Einstieg

ins Mettler-Toledo-Vertriebsnetz, später in den SYNER.CON-Verbund. Typisch für das in Pulsnitz, östlich von Dresden beheimatete Traditionsunternehmen: „Als Waagenspezialisten fühlen wir uns nicht nur am Verkaufstresen in Fleischereien und Lebensmittelbetrieben zuhause“, so Waagenbaumeister Rolf Hänsel. „Wir haben auch Automobilzulieferer, Krankenhäuser und Behindertenwerkstätten als Kunden, die wir mit Industrie- und Zählwaagen beliefern und bei Wartung und Reparaturen unterstützen.“ Was die Zukunft angeht, so blickt Rolf Hänsel optimistisch nach vorn: „Wir leben von Mundpropaganda und dem guten Ruf, den wir uns als verlässliches Familienunternehmen generationsübergreifend aufgebaut haben. Ich bin sicher, dass wird eines Tages mit Robert als meinem Nachfolger auch in vierter Generation so bleiben.“

Von Bremern und Browsern

APRO.CON-Softwareentwickler Sascha Krull fühlt sich mit englischer Bulldogge pudelwohl im Homeoffice

Kann Homeoffice funktionieren? „Aber klar doch!“, sagt Sascha Krull. Er muss es wissen, hat er doch vielen bei diesem Thema vor allem eines voraus: jede Menge Erfahrung. „Ich traue es kaum laut zu sagen, aber beruflich hat sich durch die Pandemie für mich nicht viel verändert“, so der 41-jährige gebürtige Bremer. „Ich arbeite als Softwareentwickler jetzt seit zehn Jahren bei APRO.CON und ein fester Schreibtischarbeitsplatz in der Zentrale stand eigentlich nie zur Diskussion. Mein Chef, Jens Eden, kommt selbst aus der Informatik. Er kann also sehr gut einschätzen, was ich mache, und ist wie viele IT'ler schon immer offen für flexible Arbeitsplatzmodelle. Ich denke, dass die Zusammenarbeit auf unserer Bremen-Oldenburg-Achse über Telefon und Internet schon ein Jahrzehnt ausgesprochen gut funktioniert, zeigt: Homeoffice ist machbar, wenn



Home-Office mit Wau-Faktor
Sascha Krull mit Hündin Nika

sich der Job dafür eignet und der Arbeitgeber Ergebnisse statt Präsenzpflicht zum Maßstab hat.“ Als Fachinformatiker für Anwendungsentwicklung, ausgebildet in Bremen, kümmert sich

Sascha Krull bei APRO.CON um die Entwicklung der Web-Apps. „Mein Metier sind die Apps zur Warenwirtschaftssoftware APRO.CON, nehmen wir etwa die Kassenbuch-App als ein ziemlich typisches Beispiel. Die Web-Shop-Schiene mit APRO.SHOP betreuen wiederum andere.“

Eine hat am Homeoffice am meisten Spaß: Nika. Als Olde English Bulldogge verlangt sie ein gerütteltes Maß an Zuwendung und Beschäftigung. Da trifft es sich bestens, dass Herrchen nicht jeden Morgen ins Büro fährt und tagsüber zwischendurch einmal etwas Zeit zum Spielen hat. Sascha Krull: „Homeoffice macht einsam? Nicht mit Hund! Wir sind da ein eingespieltes Team. Nur wenn ich gerade telefoniere und der Paketbote klingelt ... – da braucht es in Sachen Business-Etikette noch etwas Hundeschule.“

Noch Fragen? Wir sind für Sie da!

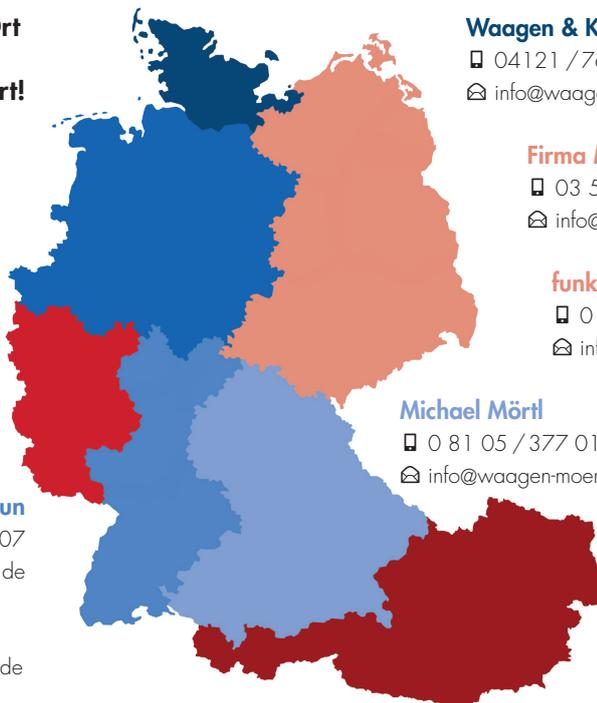
Ihr SYNER.CON Fachberater vor Ort
steht Ihnen gerne Rede und Antwort!

Budke Systeme e.K.
☎ 05 41 / 16 677
✉ info@budke.de

E. Frieman
☎ 0 59 21 / 30 86 22
✉ info@frieman-nordhorn.de

Ch. Braun
☎ 0 62 03 / 14 207
✉ info@braun-waagen.de

APRO.CON Software GmbH & Co. KG
☎ 04 41 / 939 257 87 ✉ info@aprocon.de



Waagen & Kassen Marquardt OHG
☎ 04121 / 76 667
✉ info@waagen-marquardt.de

Firma Melzig
☎ 03 59 55 / 44 542
✉ info@waagen-haensel.de

funk it.consulting
☎ 0 49 52 / 899 410
✉ info@funk-itconsulting.de

Michael Mörtl
☎ 0 81 05 / 377 017
✉ info@waagen-moertl.de

Toperczer Ges.m.b.H.
☎ +43 (0) 1 706 47 47
✉ office@toperczer.com