

abteilungs- als auch unternehmensübergreifend statt. Insofern greift diese Sichtweise zu kurz und entscheidet oft über Erfolg oder Misserfolg derartiger Projekte. Zum anderen, und, wenn man so will, auch als Schlussfolgerung daraus: dass hinter jeder Technologie letztendlich *Menschen* stehen, die auch ‚miteinander können‘ müssen. Wir sehen uns in dieser Konstellation oft in der Moderationsrolle.

medianet: In welchen Bereichen des Unternehmens sehen Sie für sich Raum für Innovationen?

Marlovits: EDI greift auf eine etablierte Technologie zurück und darin liegt auch eine wesentliche Stärke. Insofern würde ich eher von ‚innovativer Beständigkeit‘ sprechen. Unser Ziel ist es, diese Technologie weiterzuentwickeln, in weniger erschlossene Branchen auszuweiten und nicht zuletzt, darauf aufbauend, auch neue Dienstleistungen zu



© GSI Austria/Katharina Schliff

”

Den Schutz unserer Kundendaten gewährleisten wir mit technologischen als auch organisatorischen Maßnahmen. Regelmäßige Zertifizierungen durch externe Auditoren sind dabei für uns selbstverständlich.

Gerd Marlovits

Geschäftsführer Editel Austria

erarbeiten – siehe unser jüngstes Beispiel im Bereich der Forderungsfinanzierung (e-discounting) in Kooperation mit der Erste Bank.

medianet: Datensicherheit und Datenschutz stehen 2018 überall ganz oben auf der Agenda. Wie geht Editel als EDI-Dienstleister damit um?

Marlovits: Datenschutz und die damit in Verbindung stehenden gesetzlichen Regelungen haben

bei uns höchste Priorität! Das zieht sich von der Spitze des Unternehmens bis in die unterste Ebene. Den Schutz unserer Kundendaten gewährleisten wir mit technologischen als auch organisatorischen Maßnahmen. Regelmäßige Zertifizierungen durch externe Auditoren sind dabei für uns selbstverständlich. Schließlich geht es um die Daten unserer Kunden und auch darum, den gesetzlichen Anforderungen ausnahmslos zu entsprechen.

medianet: Der Trend geht immer mehr in Richtung Vernetzung. Wie kann EDI dabei unterstützen?

Marlovits: Die Vernetzung ist unser Kerngeschäft, unser USP. Als Betreiber eines branchen- und länderübergreifenden Netzwerks sehen wir uns praktisch als Vorreiter dieses Trends. Insgesamt geht es aus meiner Sicht immer mehr in Richtung 360-Grad-Vernetzung. Egal, ob hin zu Kunden, Lieferanten oder auch Dienstleistern, wir sehen uns als ‚digitale Brückenbauer‘ zwischen Unternehmen und möchten dabei größtmögliche Qualität und Komfort bieten – und das unabhängig von Größe, Branche oder Ausrichtung des jeweiligen Unternehmens.

medianet: In welchen Branchen – abseits der bewährten FMCG-Branche – sehen Sie derzeit noch Potenzial für EDI?

EDI im Einsatz

Für den Lebensmittelhandel und die Lebensmittelindustrie ist EDI (Electronic Data Interchange) heute nicht mehr wegzudenken. Handel und Automobilbranche gelten mithin als First Mover. Mittlerweile ist EDI auch bei den KMUs angekommen.

Marlovits: Es gab seit jeher Branchen, die aufgrund ihrer Anforderungen wie kurze Lieferzeiten, standardisierte Prozesse oder eine hohe Transaktionsanzahl für den Einsatz von EDI prädestiniert waren. Daher gelten vor allem der gesamte Handel als auch die Automobilbranche als sogenannte First Mover. Während sich in der Anfangszeit eher die ‚Big Player‘ mit diesem Thema befassten, ist EDI mittlerweile längst bei KMU angekommen. Insofern hat diese ‚Urform‘ von EDI in der Zwischenzeit viele Facetten und sich in den unterschiedlichsten Branchen etabliert. So z.B. in der Systemgastronomie, im Gesundheitsbereich oder auch in der Finanzbranche. Die Verwendung von standardisierter Technologie im weitesten Sinn eröffnet immer wieder neue Einsatzmöglichkeiten für EDI.

medianet: Ist EDI zukunftsfit?

Marlovits: Ein klares Ja! Im Laufe der letzten 30 Jahre hat sich EDI immer wieder weiterentwickelt. Die Community wächst stetig, und das Thema Informationslogistik ist wesentlicher denn je. Themen wie Effizienz, Transparenz oder Digitalisierung in unternehmensübergreifenden Prozessen nehmen an Bedeutung immer mehr zu. Insofern ist uns ganz besonders wichtig, stets neuen Anforderungen am Markt sowie bei unseren Kunden entsprechend nachzukommen.

20

International

Wertschöpfungsketten sind schon längst nicht mehr ausschließlich national organisiert. Insofern war die Internationalisierung von Editel eine logische Konsequenz. Das Unternehmen deckt heute 20 Länder ab.