

STAR COOPERATION®

Your Partners in Excellence

ERFOLGE 2017  
RÜCKBLICK 1997

# TRENDS WEITERDENKEN.

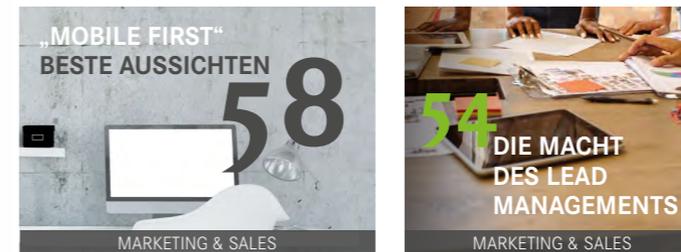
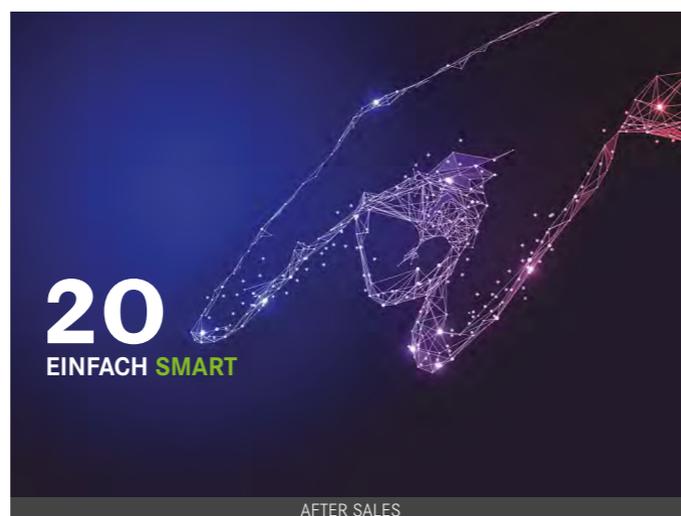
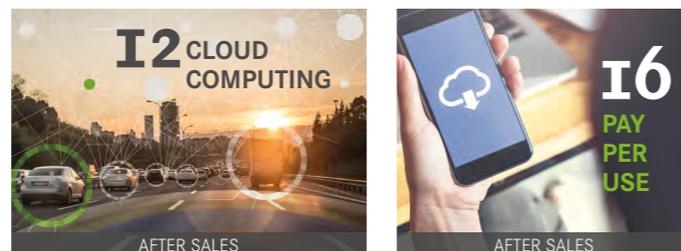
MEDIEN | LOGISTIK | CONSULTING | IT | ENGINEERING | ELEKTRONIK

WEIL WIR HEUTE  
SCHON WISSEN,  
**WAS UNSERE KUNDEN  
MORGEN BRAUCHEN.**

# INHALT

## RÜCKBLICK DER STAR COOPERATION

- 01 STAR**
  - 05 Vorwort
  - 07 Die Kraft der Synergie
  - 09 Stadt, Land, STAR
- 02 IT**
  - 11 Cloud Computing
  - 12 Keine halben Sachen
  - 13 User Experience 4.0
  - 14 Wir machen Marke
  - 14 Organisation leicht gemacht
  - 15 Pay-per-Use
  - 17 Traumhafte Analysen
  - 23 Speichern im Wandel der Zeit
- 03 CONSULTING**
  - 15 Pay-per-Use
  - 17 Digitale Kalkulationskünstler
  - 18 Intelligentes Reporting
  - 19 Einfach Smart
  - 21 Starke Leistung
  - 21 Maximale Transparenz
- 04 ZAHLEN, DATEN, FAKTEN**
  - 25 Die Zahlen von heute ergeben die Vergleichswerte für Morgen
- 05 ENGINEERING**
  - 28 Easy Outsourcing
  - 29 Digital Engineering
  - 31 Mission: After Sales
  - 32 Wussten Sie schon...?
  - 33 Aufbruch in eine neue Dimension
  - 34 Virtueller Tunnelblick
  - 35 Intelligente Autos
  - 36 Navi vs. Smartphone
  - 52 Eine Halle, die alles kann
- 06 ATEC INNOVATION**
  - 35 Beerspike und Malz - Gott erhalt' s
  - 36 Synergie Effekt vom Feinsten
  - 37 Ein Mehr an Innovationen
  - 38 End-to-End Digitalisierung



- ELEKTRONIK 07**
  - Expansionsstrategie trägt Früchte 39
  - E-Mobility Design 40
  - Go safe, go green, go connected 41
  - Neue Werkstatt, neue Möglichkeiten 43
  - Gut geprüft ist halb gewonnen 44
  - 24/7 im Einsatz 44
  - One digital day 45
  - Nachwuchs bei der FlexDevice-Familie 45
  - Die beste Gateway-Lösung am Markt 46
  - Unter Hochspannung 47
  - Kraftprobe 48
  - Herausforderung angenommen & gewonnen 49
  - Tonnenschweres Management 50
  - Digitalisierung auf zwei Rädern 51
  - Eine Halle, die alles kann 52
- MEDIEN 08**
  - Die Macht des Lead Managements 53
  - Internationale Steuerung 55
  - Hospitality neu gedacht 55
  - Consulting mit Langzeitwirkung 56
  - „Mobile first“ - beste Aussichten 57
  - Rezepte für erfolgreichen digitalen Wandel 59
  - Standort mit Zukunft 60
  - Stage of the Sales-Art 61
  - Intuitives Template-Handling 61
  - Multichannel-Marketingstrategie 62
- LOGISTIK 09**
  - Supply Chain Visibility 63
  - Nur Beamen geht schneller 65
  - Modellfahrzeuge und Mountainbikes 66
- STAR COOPERATION 10**
  - Neue Kommunikationskanäle nutzen 22
  - Die Zukunft bleibt spannend 23
  - Exzellentes Management 43
  - „Sterntaler“ stiften Hoffnung 47
  - Grün - mehr als nur eine Farbe 60
  - Inside STAR Insight 67
  - Event Highlights 2017 67
  - Speed-Dating für Lokale Start-ups 68
  - Marketing Automaton, Virtual Reality & Co. 68
  - Einblick: Partnerschaft im After Sales 69
  - Drei Gewinner, eine Mission 70
  - Zukunftspotenzial am Körper 70



# TRENDSETTER

PROF. DR. ALFRED NEHER & SOFIA NEHER

» WER UNMÖGLICHES ERMÖGLICHT,  
SETZT TRENDS. «

**VORWORT.** Zusammenhalt ist das A und O jeder funktionierenden Gesellschaft, jeder Freundschaft und Geschäftsbeziehung. Nur wer gemeinsam an einem Strang zieht, wird Großes erreichen und langfristigen Erfolg verbuchen können. Gleichzeitig bedeutet Gemeinschaft auch, zusammen durch Tiefen zu gehen. Dies gilt sowohl beruflich als auch privat.

Was sich im Großen bewährt hat, gilt auch im Kleinen. So kann ein Unternehmen nur so stark sein wie das gesamte Team. Seit der Gründung der STAR COOPERATION haben wir die Bedeutung dieses Credos verinnerlicht und geben es seit nun 20 Jahren stetig an unsere Kunden und Kollegen weiter.

Bewährt hat sich auch, dass wir nicht nur mit der Zeit gehen, sondern ihr voraus sind: 20 Jahre Weiterdenken liegen hinter uns – Weiterdenken wird sich auch in Zukunft durchsetzen. Zahlreiche Fragen werden uns in den kommenden Monaten und Jahren beschäftigen: Welche Chancen wird uns die Digitalisierung noch eröffnen? Wie sehen wir die Zukunft in einer virtuellen Welt? Wie ver helfen wir Kunden zu noch größerem Erfolg – egal ob mit unserer Expertise in Marketing, Automation, Supply Chain, Visibility, Digital Engineering, IT, After Sales oder in vielen weiteren Feldern? Wie schaffen wir Perspektiven bezüglich Internet of Things, autonomem Fahren und künstlicher Intelligenz?

Unsere STARS arbeiten schon jetzt an den Fragen von morgen. Überzeugen Sie sich in unserem Jahresbericht 2017 davon!

Die vergangenen zwölf Monate haben uns wieder einmal aufgezeigt, dass Innovation und Ideenvielfalt nicht nur angenommen, sondern auch an uns zurückgespiegelt werden. Für dieses Vertrauen sind wir sehr dankbar und möchten uns im Namen aller Beteiligten für das erfolgreiche Jahr bedanken. Danke, dass auch Sie Teil des immer stärker werdenden Strangs sind! An diesem zieht es sich gemeinsam viel leichter.

Eine interessante und spannende Lektüre wünscht Ihnen Herzlichst Prof. Dr. Alfred Neher und Sofia Neher

*A. Neher* *S. Neher*

**Together we can!**



# DIE KRAFT DER SYNERGIE

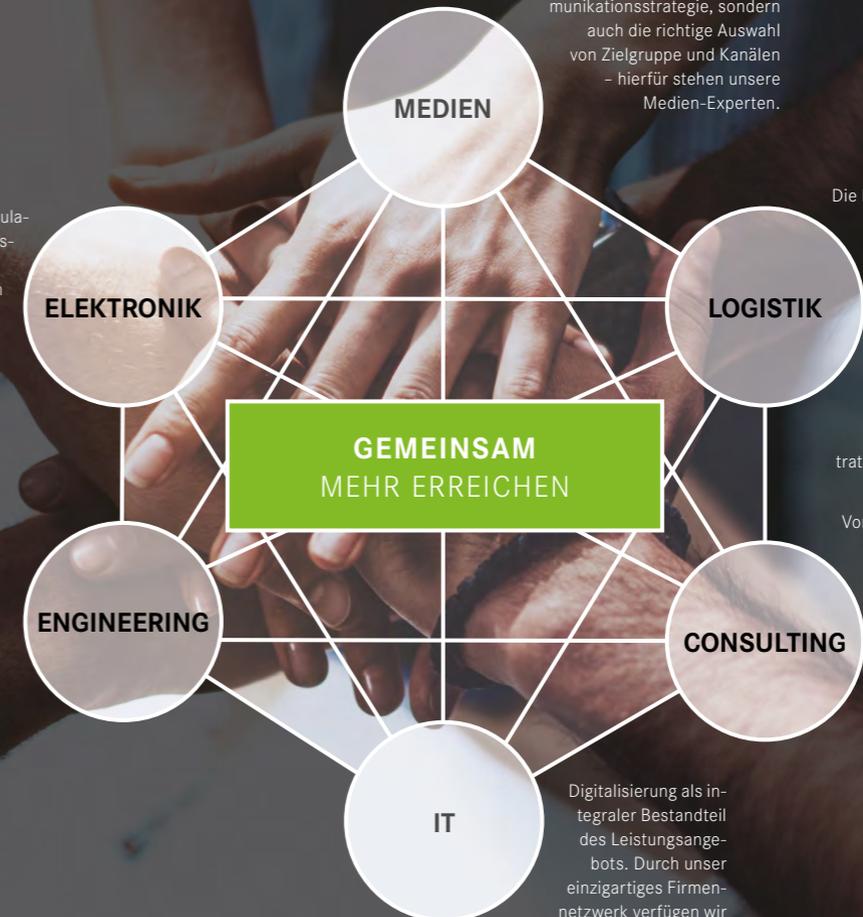
DURCH INTERDISZIPLINÄR VERNETZTES EXPERTENWISSEN  
SCHAFFEN WIR EINZIGARTIGE SYSTEMLÖSUNGEN.

Die besten Lösungen entstehen aus guter Zusammenarbeit. Bei STAR COOPERATION arbeiten unsere Experten in interdisziplinären Teams. Im Mittelpunkt stehen dabei die Herausforderungen und Bedürfnisse unserer Kunden. Wir vernetzen unsere Kompetenzen und bündeln unsere Synergien. Wir arbeiten als Team und verbinden unser Wissen zu themenübergreifenden Gesamtlösungen. Wir übernehmen Verantwortung für uns und das gesamte Unternehmen – nach dem Prinzip:  
Einer für alle und alle für einen.

2017

Tools für Mess- und Simulationstechnik, Steuerungstechnik, Werkstatt- und Fertigungseinrichtungen sowie Energieversorgung und Energiemanagement findet man in der Leistungseinheit Elektronik.

Als Engineering-Partner bieten wir professionell spezialisierte Lösungen entlang der Wertschöpfungskette, um das magische Zeit-Kosten-Qualität-Dreieck positiv zu beeinflussen.



Für eine erfolgreiche Kommunikation braucht es nicht nur eine starke Kommunikationsstrategie, sondern auch die richtige Auswahl von Zielgruppe und Kanälen – hierfür stehen unsere Medien-Experten.

Die Herausforderungen in der Logistik werden immer komplexer – sowohl in den einzelnen Prozessschritten als auch in der gesamten Supply Chain: Die Expertise unserer Logistik-Einheit sichert zukunftsgerichtetes Arbeiten und die Konzentration auf das Kerngeschäft.

Von Marketingberatung über Fachtrainings bis hin zur Roll-Out-Begleitung von Diagnosesystemen: Unsere Consulting-Experten arbeiten alle Herausforderungen individuell auf und entwickeln ganzheitliche Lösungen.

Digitalisierung als integraler Bestandteil des Leistungsangebots. Durch unser einzigartiges Firmennetzwerk verfügen wir über ein branchenübergreifendes Expertenwissen. Dieses Know-how kombinieren unsere IT-Experten mit innovativen Tools für den Projekterfolg.

# STADT LAND STAR

» GEMEINSAM  
GLOBAL AGIEREN «

## DIE STARS VON MORGEN

» LICHTBLITZ AUS BERLIN «

Performance Marketing in Berlin: Die Positionierung in Suchmaschinen und die Conversion Rate verbessern, Kampagnen und Marketingpläne steuern sowie Budgets verwalten und optimieren – mit diesen Maßnahmen wird der Traffic für den Shop gleich mehrerer STAR-Kunden erhöht. Beim Standort in Berlin handelt es sich um die Räumlichkeiten einer ausgebauten, früheren Kirche in einem hippen Stadtviertel. Und durch den wachsenden Erfolg vergrößert sich auch unser Team: Um die Digitalisierung in der lebendigen Hauptstadt voranzutreiben, suchen wir heute schon die STARS von morgen.

## VENI, VIDI, VANCE

» LICHTBLITZ AUS ATLANTA «

2017 stand für den Standort Atlanta ein Umzug in ein neues selbstbetriebenes Lager-Gebäude an. In Zahlen heißt das: 11.185 Quadratmeter, 13 Laderampen, mindestens 3.050 Rack Locations, mehr als 2.200 Stock Keeping Units. Schwer vorstellbar, oder? Veranschaulicht heißt das, dass das Gebäude die Größe von 1,6 Fußballfeldern hat. 30 Vollzeit-STARS laufen zusammen etwa 514.290 Schritte pro Tag und „picken“ gemeinsam mindestens 17.200 mal Waren aus den Regalen. Immer noch nicht anschaulich genug? Dann hilft wohl nur, selbst vorbeizuschauen.

» DEUTSCHLAND «

» SCHWEIZ «

» SPANIEN «

» SÜDAFRIKA «

» CHINA «

## IM WIRTSCHAFTS- MOTOR CHINAS

» LICHTBLITZ AUS SHANGHAI «

Im Herzen der 15 Millionen-Stadt Shanghai liegt ein Büro von STAR, in dem für einen in China führenden Automotive-Erstaurüster in den Entwicklungsbereichen Powertrain, Elektrik/Elektronik, Aufbau, Gesamtfahrzeug, technische Projektleitung sowie im strategischen Bereich gearbeitet wird. Da der Rahmenvertrag mit dem Kunden erweitert wurde, wächst nun auch das Büro. Die Fläche verdoppelt sich auf 220 Quadratmeter, passend zu den Projektstellen, die sich im Rahmenvertrag ebenfalls verdoppelt haben. Mehr Arbeit und mehr Fläche, das bedeutet auch mehr Mitarbeiter. 2017 sind schon circa 20 neue Mitarbeiter hinzugekommen, 2018 will das Team die 50-Marke knacken: 11 weitere Stars stürzen sich deshalb schon bald in das Abenteuer Shanghai.

## REZEPT FÜR DAS PERFEKTE LAGER

» LICHTBLITZ AUS KORNWESTHEIM «

Man nehme eine leerstehende, 6.000 Quadratmeter große Halle, 25 motivierte Profis, 118 Tonnen Stahl und lässt acht Wochen vorbeiziehen. Nun mit 1.600 Tonnen Lagergut für 5.000.000 PS aufgefüllt und heraus kommt? Genau, das perfekte Reifenlager in Kornwestheim. 100.000 Reifen haben darin Platz und warten darauf, erst auf Felgen und dann auf ein Versuchsfahrzeug montiert zu werden. Dank der kurzen Wege kann so einfach mit der Werkstatt in Heimsheim zusammengearbeitet werden. Und auch der Betrieb läuft einwandfrei dank der STARS, die wissen, worauf es bei Lagerung, Kommissionierung und der logistischen Abwicklung von Premium-Rädern und -Reifen ankommt.

Böblingen

Berlin

Fellbach

Frankfurt

Göppingen

Heimsheim

Karlsruhe

Kornwestheim

Ludwigsburg

München

Neu-Ulm

Obertürkheim

Sindelfingen

Wolfsburg

Atlanta

Barcelona

Johannesburg

Madrid

Peking

Shanghai

Vance

Zug

» EXPERTEN-TRENDS IM AFTER SALES «

# CLOUD COMPUTING

» ZUKUNFT AUF WOLKE SIEBEN «

In zahlreichen Unternehmen besteht Optimierungsbedarf, was die Zukunftsfähigkeit ihrer IT-Infrastrukturen betrifft. Vor allem Start-ups haben das Thema Cloud Computing für sich entdeckt und etabliert. Jedoch sollte das Thema für alle Unternehmen, egal ob groß oder klein, im Mittelpunkt des fortlaufenden Optimierungsprozesses stehen. Der Trend ist unwiderruflich: Die Zukunft gehört der Cloud.

Cloud Computing bezeichnet allgemein die Bereitstellung und damit verbundene Nutzung von IT-Infrastruktur über das Internet. Dazu gehören Software, Rechenleistung oder Speicherplatz. Je nach Anbieter und Nutzer werden verschiedene Arten der Bereitstellung unterschieden. Was wahrscheinlich jeder inzwischen privat nutzt, sind Public Clouds. Diese Dienste sind für jeden Internetnutzer frei zugänglich. Zu den bekanntesten Anbietern gehören hier Google, Microsoft oder Amazon. Das Gegenstück zur Public Cloud bildet die Private Cloud. Unternehmen bevorzugen oft Private Clouds und betreiben ihre IT-Dienste weiterhin selbst, um Datenschutz und Sicherheit zu gewährleisten. Nur eigenen Mitarbeitern wird so der Zugang zu den Daten ermöglicht. Beide Arten der Bereitstellung vermischen sich zum aktuell großen Trend in der Cloudtechnologie: Hybrid Clouds. Bei einer Hybrid Cloud laufen spezielle Services im Internet über öffentliche Anbieter, während geschäfts- und datenschutz-kritische Anwendungen innerhalb des Unternehmens verarbeitet werden. Der große Vorteil: Ein Unternehmen kann im Bedarfsfall die eigenen Ressourcen schonen und von der Skalierbarkeit und Kosteneffizienz einer Public Cloud profitieren, die eigene IT-Infrastruktur muss dafür nicht aufgerüstet werden. Gleichzeitig ist der

Datenschutz wie bei einer Private Cloud gewährleistet. Die Systeme, die man im Rechenzentrum betreibt, haben also eine Schnittstelle in eine abgesicherte Cloud eines Drittanbieters. Ohne, dass es der Anwender merkt, können so Applikationen nach außen verlagert werden. Trotzdem ist die Hoheit über wichtige Daten gesichert. Oberstes Ziel bei Einführung der Hybrid Cloud ist immer, dass so wenig wie möglich an der aktuellen Infrastruktur geändert werden muss. Will ein Unternehmen also mit der Zeit gehen und zukunftsfähig sein, gehört die Umstellung auf eine Hybrid Cloud früher oder später zum Standardprogramm. Genauso, wie zu erwarten ist, dass IT- bzw. Programmierkenntnisse in Zukunft essenziell für Führungskräfte sein werden, um der Komplexität der technologischen Herausforderungen auf Augenhöhe zu begegnen.

Bei STAR COOPERATION ist man sich bewusst darüber, welchen Stellenwert die IT-Fragestellungen in der Ausrichtung und Zukunftsfähigkeit eines Unternehmens einnehmen. IT ist Business Enabler und zu einem großen Teil verantwortlich für den Erfolg eines Projekts und des ganzen Unternehmens.

## IT WIRD ZUM BUSINESS ENABLER DER DIGITALEN WELT

### KEINE HALBEN SACHEN

» FULL-SERVICE FÜR DEN ONLINE-VERTRIEB «

**Ein Online-Bestellsystem zu entwickeln und umzusetzen ist nur der Start. Deshalb übernahm STAR für die anschließenden Aufgaben das Ruder: Applikationstesting, Reporting, Betriebsmonitoring, Handbuch- und Releaseletter- Erstellung und einiges mehr. Dafür setzte unser Kunde, ein Automobilhersteller aus Süddeutschland, zu Recht auf STAR COOPERATION.**

Das Online-Bestellsystem bietet Geschäftskunden die Möglichkeit, Original-Fahrzeugteile einfach und schnell zu recherchieren und rund um die Uhr zu

bestellen. Umso wichtiger, dass dabei das System in den richtigen Händen ist und beim Thema Qualität keine halben Sachen gemacht werden. Sechs STARS stellen sicher, dass die Applikation stets qualitätsgesichert ist, was gleichzeitig Umsatzwachstum über den Online-Teilevertrieb und mehr Kapazitäten seitens des Kunden für Weiterentwicklungsthemen bedeutet. Aufgrund der positiven Rückmeldung von Märkten und Händlern und dem damit verbundenen Umsatzwachstum, vertraut unser Kunde uns bereits seit 2010 – und STAR entwickelte sich vom Beratungs- zum Full-Service-Dienstleister.



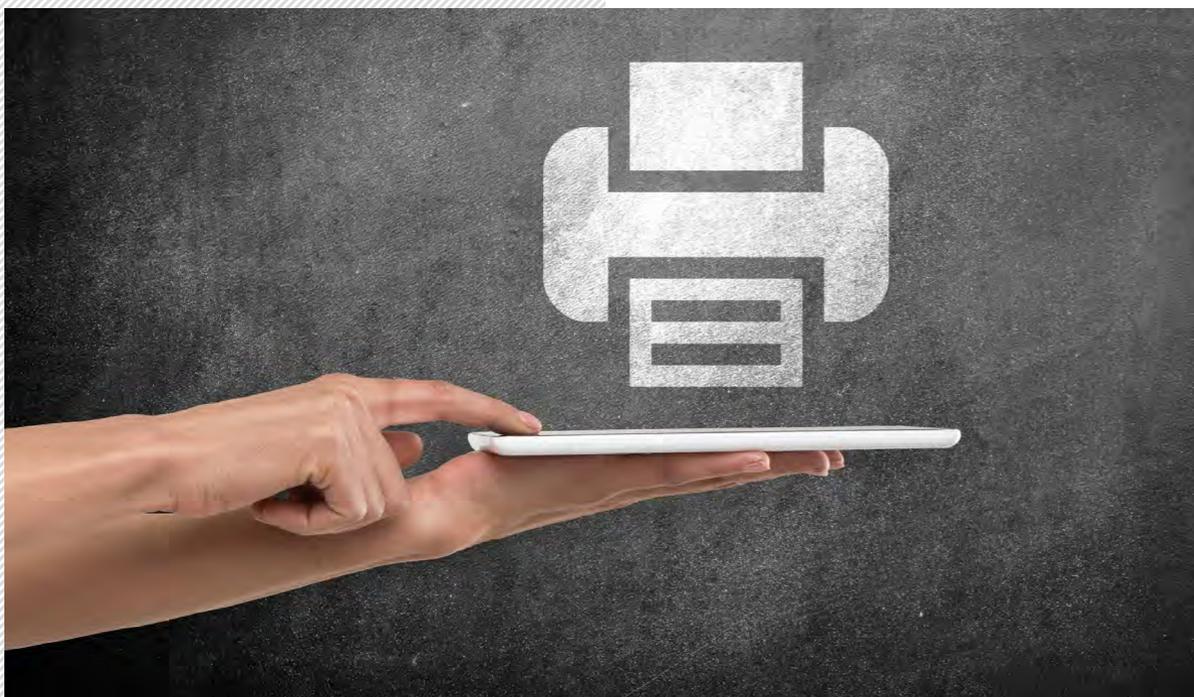
OLIVER MESSER  
GESCHÄFTSFÜHRER  
STAR SYSTEMS

» Ohne leistungsstarke IT kann ein Unternehmen auf Dauer nicht auf dem Markt bestehen – vor allem in Zeiten der Digitalisierung. IT schafft die Basis für alle nötigen Businessapplikationen und damit den Grundstein für den Unternehmenserfolg. Unsere Vision: Wir wollen unseren Kunden die besten Voraussetzungen bieten, um noch effektiver und zielgerichteter zu arbeiten – egal ob mit Hybrid Cloud- oder On-Premises-Lösungen «

# USER EXPERIENCE

## 4.0

» UNKOMPLIZIERTES  
BESTELLERLEBNIS «



**Eine Reduzierung der Fax-Bestellungen um 90 Prozent? Was zunächst wie ein Traum klingt, ist für einen STAR-Kunden aus der Pharmabranche mittlerweile Wirklichkeit: Denn STAR COOPERATION nahm sich der Herausforderung an.**

Blickt man ein Dreivierteljahr zurück, waren Online-Bestellungen lediglich über Formulare möglich und es gab keinen offenen Shop für die Bestellung der Produkte. Mit der Überarbeitung des bestehenden Codes sowie der Corporate Identity und der Entwicklung neuer UX/UI- oder Website-Funktionen wie einer Bestellmaske,

machte sich ein Team von fünf STARS ans Werk. Ebenfalls als Teil des Projekts galten Contentrecherche und -erstellung, Bildauswahl und -bearbeitung sowie die B2C-Öffnung des Shops. Dabei stellten vor allem die Implementierung neuer Schnittstellen sowie die Komplexität des Bestellprozesses, der eine Ausarbeitung der Logik und Programmierung erforderte, Herausforderungen dar. Doch die Mühe hat sich gelohnt: Die nun automatisierten Bestellprozesse sorgen für einen deutlich effizienteren Ablauf und damit für eine hohe Zufriedenheit beim Kunden.



## WIR MACHEN MARKE

**Sechs STARS, ein Auftrag: Unseren Kunden – ein führendes Gesundheitsunternehmen – als Marke strategisch neu zu positionieren und erfolgreich am Markt zu etablieren. Ob es geklappt hat?**

Durch den Kauf eines bestehenden Unternehmens stand das Team unter enormen Zeitdruck. In nur zwei Monaten sollte

die Strategie stehen und bereits umgesetzt werden – natürlich ohne an Qualität zu verlieren. Nach der Neukonzeptionierung des Brandings folgte die Gestaltung des Markenauftritts für die Messe ESCRS (European Society of Cataract & Refractive Surgeons) in Form von Film- und Animationsprojekten. Der Bereich Medien der STAR COOPERATION kümmerte sich

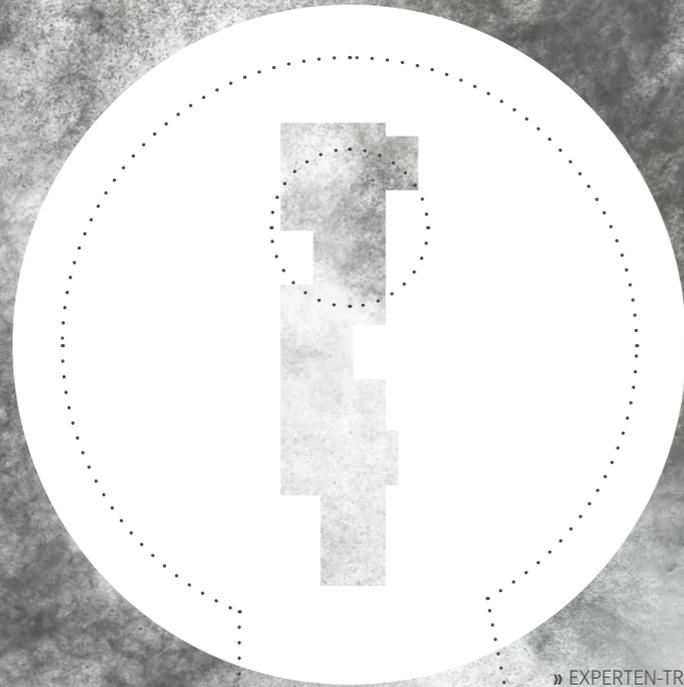
um den technischen Support sowie das Consulting vor Ort in Lissabon. Aufgrund der außerordentlich positiven Resonanz von Kunden und Kollegen im In- und Ausland sowie einer erhöhten Besucherfrequenz am Messestand, arbeiten die STARS bereits an weiteren Projekten. Auch der Auftritt für die ESCRS 2018 wird bereits geplant.

### 2 JAHRZEHNTE FORTSCHRITT: DAMALS REVOLUTIONÄR – HEUTE ALLTAG



## ORGANISATION LEICHT GEMACHT

Mit dem elektronischen Notizbuch „Palm“ erreichte das Organisieren 1996 eine neue Stufe: Der erste Personal Digital Assistant ermöglichte es, Adressen oder Termine ganz einfach mit einem dazugehörigen Stift einzutragen. Eine Revolution zur damaligen Zeit. Das eigens für das Gerät entwickelte Palm OS lief auf einem Motorola-Dragonball-Prozessor. Zur Verfügung standen anfangs je nach Modell zwischen 256 und 512 Kilobyte RAM. Im Gegensatz dazu haben heutige Smartphones nicht selten 128 Gigabyte Arbeitsspeicher.



» EXPERTEN-TRENDS IM AFTER SALES «

# PAY PER USE

» NEUE KONZEPTE EROBERN  
DEN AFTER SALES «

Mit einer Cloud verbinden die meisten Menschen einen fiktiven Ort, an dem Daten gespeichert werden können. Dabei ist den meisten Leuten jedoch nicht bewusst, dass eine Cloud wesentlich mehr Möglichkeiten bereithält, als auf den ersten Blick ersichtlich. Eine davon ist Software as a Service, kurz SaaS. In einer Cloud-Lösung werden hier Anwendungen und Dienste zur Miete angeboten.



Der Kunde bezahlt eine monatliche Gebühr und bekommt dafür den vollen Funktionsumfang der Software: Die Anbieter von cloud-basierten Anwendungen stellen ihren Service sowohl browserbasiert als auch offline, mit eingeschränkten Nutzungsmöglichkeiten, zur Verfügung. So können auch Zeiten ohne Internetanbindung überbrückt werden. Regelmäßige Sicherheits- und Funktionsupdates sorgen für einen reibungslosen Betrieb und den höchstmöglichen Datenschutz.

Das SaaS-Modell gestaltet den Arbeitsalltag flexibler, effizienter und kostengünstiger. Das Arbeiten ist standortunabhängig und die Zusammenarbeit an Projekten schnell und unkompliziert. Durch die Miete der Software fallen die Kosten für Anschaffung, Wartung und Updates weniger hoch aus. Dadurch ergibt sich für Unternehmen ein weiterer Vorteil: Die IT-Kosten sind jederzeit kalkulierbar und transparent, da sie an einen festen monatlichen Beitrag gebunden sind. Außerdem fallen nur tatsächlich benötigte Gebühren an.

Diese Pay-per-use-Konzepte finden sich aber auch in allen anderen Branchen wieder, zum Beispiel in der Musikbranche. Man zahlt nicht mehr für eine CD, sondern für das Streaming. Hier gibt es ebenfalls verschiedene Modelle, von der Bezahlung pro Song bis hin zu monatlichen Flatrates, die unabhängig von der Anzahl oder den Streamingzeiten sind. Der Ursprung dieses Trends liegt in einer durch die Digitalisierung bedingten Entwicklung des After Sales, also der Nutzungsphase eines Produkts. Früher verließ ein Produkt die Manufaktur und ging erst wieder an den Hersteller zurück, wenn ein Defekt vorlag. Der Fokus damals: ein rein technischer. Heutzutage verschiebt sich dieser Fokus zunehmend auf die Customer Experience. Kundenzufriedenheit, Loyalität, Weiterempfehlungsraten und Upselling rücken verstärkt in den Mittelpunkt. Diese Entwicklung ist darauf

zurückzuführen, dass die meisten Produkte heute bereits mit einem Chip versehen sind. Das Stichwort „Internet of things“ (IoT) spielt dabei eine große Rolle. Der Hersteller hat auf einmal den Überblick, wo sein Produkt sich befindet, wie es genutzt wird und wo sein Kunde sich aufhält. Durch die Digitalisierung entsteht eine Dreiecksbeziehung zwischen Hersteller, Kunde und Produkt, die den After Sales nachhaltig verändert und damit auch Möglichkeiten für neue Servicedienstleistungen schafft. War es früher in der Automobilbranche also üblich, dass ein neues Produkt eingeführt wurde und der After Sales über eine korrekte Reparatur im Schadensfall geschult wurde, so steht heute vielmehr die Phase, in der der User das Produkt nutzt, als das Produkt an sich im Vordergrund. Was den Kunden interessiert sind Nutzen, Mehrwert und Service. Gerade die Automobilbranche beschäftigt sich erst seit Kurzem intensiv mit dieser Entwicklung. Gleichwohl erobern bereits neue Lösungen nach und nach den Markt. Dass Kunden in absehbarer Zeit nicht mehr für ein Auto bezahlen werden, sondern für Mobilität, ist ein naheliegendes Szenario.

Als Dienstleister und Berater unterstützt  
STAR COOPERATION ihre Kunden, wie sie durch  
innovative Konzepte im Sales und After Sales  
gestärkt neuen Wettbewerbssituationen  
entgegentreten.



» EXPERTEN-TRENDS IM AFTER SALES «

# EINFACH SMART

» KÜNSTLICHE INTELLIGENZ  
AUF DEM VORMARSCH «

Kühlschränke, die selbständig Lebensmittel nachbestellen, Aufzüge, die bei Verlassen der Wohnungstür automatisch in die richtige Etage gerufen werden oder Jalousien, die Wetterdaten abrufen – das Thema IoT, also „Internet of Things“, ist derzeit in aller Munde. Durch ihre Vernetzung bieten die Produkte, je nach Ausrichtung, die Möglichkeit eines ganz neuen Komfort-, Sicherheits- oder Effizienzlevels. Ausschlaggebend ist dabei die digitale Verbindung zum Kunden, der das Produkt nutzt. Durch die Digitalisierung eröffnen sich für Hersteller und Dienstleister sämtlicher Branchen völlig neue Servicemöglichkeiten, die dem Nutzer das Leben erleichtern.

Die heutigen Produkte ermöglichen eine digitale Verbindung zum Kunden. Stichwort ist hier Datafication. Das heißt, der User hinterlässt, im Gegensatz zu früher, überall Datenspuren. In der B2B-Branche geschieht dies beispielsweise durch eine Maschine, die über eine Cloud verbunden ist. Der Hersteller kann auf diese Weise nachverfolgen, wann sich die Mitarbeiter einloggen, ob die Maschine rüttelt oder sonstige Störungen hat, vorausgesetzt sie ist mit den dafür notwendigen Sensoren ausgestattet. Aus diesen gesammelten Informationen ergibt sich eine riesige Datenmenge, die nun durch entsprechende Use Cases sinnvoll genutzt werden kann. So haben Hersteller die Möglichkeit, auf Big Data oder Blockchain zu setzen und sich entsprechende, ergänzende Daten zusätzlich einzuholen. Hier spielt es eine große Rolle zu wissen, welche weiteren Informationen für den Kunden interessant wären. Im After Sales-Bereich liegt der Fokus daher oft darauf, dem Kunden Predictive Maintenance oder Predictive Pricing anzubieten – Modelle, die mittlerweile salonfähig sind und weitestgehend angenommen werden. Der Hersteller analysiert also, welche typischen Früherkennungsmerkmale es für den Defekt einer Maschine gibt, um diesen zukünftig besser zu vermeiden. Je mehr Maschinen der Hersteller dabei zur Auswertung zur Verfügung hat, desto genauer sind seine Wahrscheinlichkeitsberechnungen, es entsteht eine Art Schwarmintelligenz. Auf diese Weise bietet sich dem Hersteller die Möglich-

keit, Einzelteile mit verhältnismäßig hohem Verschleiß rechtzeitig und proaktiv auszutauschen, um die Lebensdauer der Geräte zu verlängern. Zudem erschließen sich damit neue Servicemöglichkeiten für den Kunden.

Noch einen Schritt weiter geht diese Optimierung durch künstliche Intelligenz. Erste Versuche dazu gab es bereits in der 1950er Jahren, die Anwendung daraus ist das sog. „Machine Learning“. Es geht also darum, von Maschinen bestimmte intelligente Logiken zu vermitteln, die dem neuronalen System des Menschen nachempfunden sind. In der IT ist es in den letzten Jahren bereits gelungen, die neuronalen Netze auf Computerseite zu erweitern. Hier spricht man von Deep Learning: Viele Knotenpunkte treffen auf unterschiedliche Layer. Es gibt also einen Inputfaktor, etwa ein Schatten, der vor einem Auto auftaucht und von Sensoren erkannt wird. Auf der ersten Ebene muss das System entscheiden, ob es sich um ein Lebewesen handelt oder nicht. Falls nein, kann die Fahrt fortgesetzt werden. Falls ja, gilt es zu unterscheiden, ob es ein Tier oder ein Mensch ist. Steht auf der einen Seite ein Kind und auf der anderen eine Katze, und bremsen ist nicht mehr möglich, so sollte in der nächsten Ebene entschieden werden, die Abbiegung zu wählen, die das Menschenleben schützt. Auch der After Sales wird von den zahlreichen smarten Neuerungen stark beeinflusst. Ein Technologie Trend verändert After Sales stärker als alle bisherigen technischen Neuerungen: Im

Internet der Dinge werden analoge Produkte zu smarten Devices. Das bedeutet konkret, dass der Hersteller mit dem verkauften Produkt nach wie vor verbunden ist und so in Echtzeit erfährt, wie es vom Kunden genutzt wird. Damit verlässt der After Sales seine klassischerweise reaktive Rolle und hat die einmalige Möglichkeit, den Kunden im Alltag proaktiv zu begleiten. Smarte Geräte generieren hilfreiche Daten, die hervorragend eingesetzt werden können. Informationen darüber, wann und wie lange ein Nutzer das Gerät einschaltet, geben ihnen Auskunft über die Nutzungsphase. Umgebungsinformationen wie Temperatur, Geräusche oder Geo-Daten werden als Input für neue Dienstleistungen, etwa die vorausschauende Wartung, verwendet. Die gewonnenen Daten lassen sich oft auch für weitere Anwendungsfelder verwenden und monetarisieren. So ergeben sich für After Sales-Organisationen neue Geschäftsmodelle mit zusätzlichen Umsatzquellen. Auch KI verändert wesentliche Aspekte – angefangen von kurzfristigen Umsatzsteigerungen bis hin zur Realisierung neuer digitaler Services. Alexa und Siri halten Einzug in den Alltag der Kunden: Die Spracherkennungssoftware setzen auch After Sales-Organisationen erfolgreich als Kommunikationskanal ein. Der gesamte Support funktioniert sprachgesteuert. Chatbots übernehmen die Kommunikation mit dem Kunden. Service Plattformen decken zunehmend das für den Kunden relevante Ecosystem der Produktnutzung ab. Das bedeutet konkret: Alle für die Produktnutzung relevanten Dienste stehen Konsumenten 24/7

zur Verfügung. Durch die neuen technologischen Möglichkeiten bekommen klassische After Sales-Organisationen eine neue Rolle. Der reaktive Problemlöser wird zunehmend zum proaktiven Partner während der Nutzungsphase – und damit Werttreiber in der Kundenerfahrung mit erheblichem Profit-Potential für die Marke.

Um ihren Kunden eine integrierte Gesamtlösung zu bieten, arbeitet STAR COOPERATION mit Software- oder Technologiepartnern zusammen, um Applikationen, die auf künstlicher Intelligenz beruhen, zu konzeptionieren.

Bei STAR wird bereits viel mit künstlicher Intelligenz gearbeitet. So werden im Logistikbereich für Teilbedarfe in den einzelnen Vertriebsstufen Prognosen erstellt, eventuell wie viele Scheibenwischer beim Händler auf Vorrat eintreffen sollten. Im Bereich Engineering arbeitet man vor allem bei Virtual und Augmented Reality mit künstlicher Intelligenz. Eine Schlüsselrolle kommt dabei der IT zu, die die Konzepte technisch umsetzt und serienreif einsetzbar macht. Fakt ist, künstliche Intelligenz wird, ähnlich wie Elektrizität, sehr bald schon in sämtlichen Lebensbereichen kostengünstig und zuverlässig zu finden sein. Ebenfalls wird Blockchain auch auf Verträge, Leistungsbeurteilungen und Qualifikationsnachweise angewandt werden – und bildet damit das Recruiting der Zukunft.

**Erfolgreiches After Sales in der Automobilbranche – von der Erstpreisbildung bis zur Preisoptimierung: STAR unterstützt strategisch wie operativ bei der After Sales Preisbildung. Der Kunde ist so zufrieden mit der Arbeit, dass der Auftrag erweitert und für 2018 zum dritten Jahr in Folge verlängert wurde.**

Die Sicherstellung der Qualität und der Ausbau des Geschäfts werden durch Reportings für das Topmanagement unseres Kunden analysiert. Mit der Beauftragung für die C-Teile, also Schrauben, Muttern und Scheiben, wurde ein weiteres Themenfeld an STAR ausgelagert. Unser Kunde war von der Leistung der STARS so begeistert, dass die erneute Beauftragung für 2018 erfolgte.



## STARKE LEISTUNG

» STRATEGISCHE PREISBILDUNG IM AFTER SALES «

## MAXIMALE TRANSPARENZ

» MASSGESCHNEIDERTES BUSINESS INTELLIGENCE TOOL «

» PROZESS, VOM AUFTRAGSEINGANG ÜBER DIE PRODUKTION BIS HIN ZUR LOGISTIK, OPTIMIEREN. «

**Durch mangelnde Transparenz der Vertriebsleistungen der Servicepartner gehen oft auch Analysen über (potenzielle) Kunden verloren. Für einen Baumaschinenhersteller löste STAR dieses Problem mit einem Business Intelligence Tool. Es gibt Überblick über die Performance der Vertriebspartner.**

Das Tool konsolidiert Daten aus verschiedenen Quellsystemen und stellt diese den Vertriebspartnern zur Verfügung. Diese können nun selbst die Performance überwachen. Möglich ist diese Transparenz durch integrierte Analysen und Reports. So ist es möglich, den gesamten betriebswirtschaftlichen Prozess zu optimieren – vom

Auftragseingang über die Produktion bis hin zur Logistik. Die Vertriebspartner erhalten Zugriff auf alle Daten und können diese nun aufbereitet auswerten.

Der Kunde kann nun nach seiner ersten Datenkonsolidierung Analysen zeitnah und dynamisch durchführen. Business Intelligence verhilft ihm zu mehr Transparenz – sowohl im Vertrieb als auch im After Sales. So begeistert er nun mit Hilfe von STAR seine Kunden mit noch mehr Expertise und Lösungsorientierung. Das Tool überzeugt und ist Teil einer gemeinsamen zukünftigen Strategie für andauernde Optimierung.

## NEUE KOMMUNIKATIONSKANÄLE NUTZEN



» NEWSBLOG.STAR-COOPERATION.COM «

Kommunikation und Informationsfluss verändern sich – und es wird immer wichtiger, den richtigen Schritt zur richtigen Zeit zu gehen. Mit einem eigenen Newsblog, der die klassischen Unternehmensnews ersetzt und einen neuen, modernen Kanal eröffnet, ist STAR vorne mit dabei. Ob mit Mitarbeiter-Stories, Service-Tipps oder als Wissensträger, auf dem sich unsere Experten zu ihren Themen äußern – unser Newsblog erfreut sich innerhalb als auch außerhalb der STAR sehr großer Beliebtheit.

Auf allen wichtigen Social-Media-Plattformen ist STAR natürlich auch vertreten. Auf Instagram, Facebook, Twitter, LinkedIn und Xing wird connected, getweeted und geliked.



„DER RICHTIGE KANAL FÜR DAS DIGITALE ZEITALTER“

## DIE ZUKUNFT BLEIBT SPANNEND

„WIE GEHEN KLEINE UND MITTELSTÄNDISCHE UNTERNEHMEN IN DER REGION DAS THEMA DIGITALISIERUNG AN UND WELCHE ROLLE SPIELEN DABEI START-UPS?“  
DIESE FRAGE UNTERSUCHT EINE STAR WERKSTUDENTIN INNERHALB IHRER BACHELORARBEIT IM STUDIENGANG MEDIENWIRTSCHAFT AN DER HOCHSCHULE DER MEDIEN IN STUTTGART. HIER EIN ERSTER EINBLICK:“

### Franziska Freudenberg, 24, Werkstudentin bei STAR

» Um langfristige Digitalisierungsstrategien auszuarbeiten und umzusetzen, sind einige Faktoren essentiell. Zentral hierbei sind die Sicherung digitaler Talente, Umdenken in Organisation und Strukturierung des Unternehmens sowie IT-Themen. Bei STAR ist man sich bewusst, dass die Digitalisierung mehr ist, als nur Geschäftsprozesse durch Unterstützung von IT zu digitalisieren. Es geht vielmehr um einen ganzheitlichen Wandel, der das Unternehmen in allen Bereichen betrifft. STAR COOPERATION hat keine Angst neue Wege zu

gehen und alte Strukturen zu durchbrechen. Unternehmen müssen in Zukunft immer schneller und agiler auf Veränderungen reagieren und frühzeitig erkennen, was nur ein kurzlebiger Trend ist und was eine deutliche Relevanz für die Zukunft hat. Die neuen Technologien werden uns dabei sicher helfen. Eines ist jedoch klar: Es bleibt auf jeden Fall spannend! Ich freue mich nach meinem Studium ein Teil dieser spannenden Welt zu sein. «



### 2 JAHRZEHNTE FORTSCHRITT: DAMALS REVOLUTIONÄR – HEUTE ALLTAG

Wir alle kennen das gebräuchliche Speichersymbol, zum Beispiel in Microsoft Word: eine Diskette. Eine erstaunliche Erkenntnis ist, dass die meisten Personen, die 20 Jahre oder jünger sind, mit dem Symbol Speichern verbinden, ohne dass sie wissen, was eine Diskette ist. Obwohl seither CD als auch USB-Stick

## SPEICHERN IM WANDEL DER ZEIT

die Diskette als Speichermedium abgelöst haben, wurde das Speichersymbol nicht mehr erneuert.

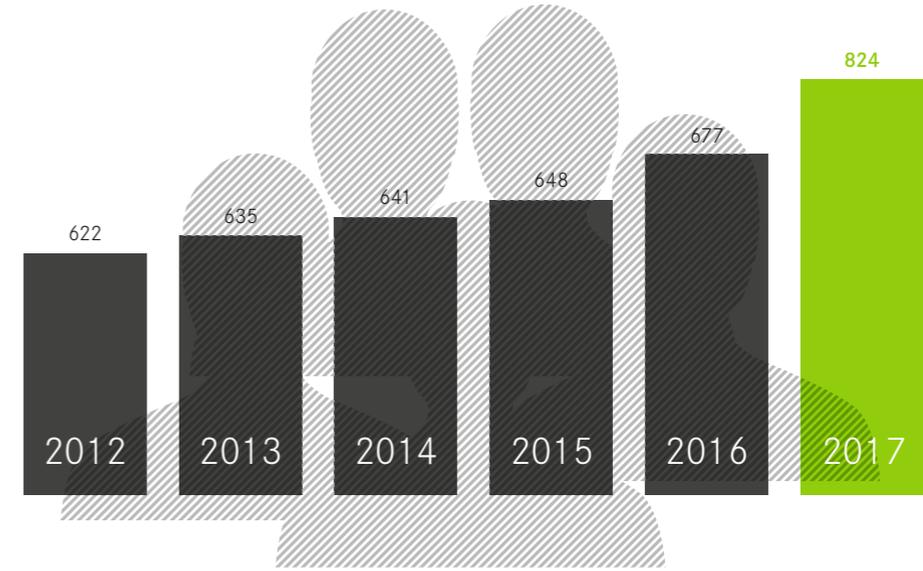
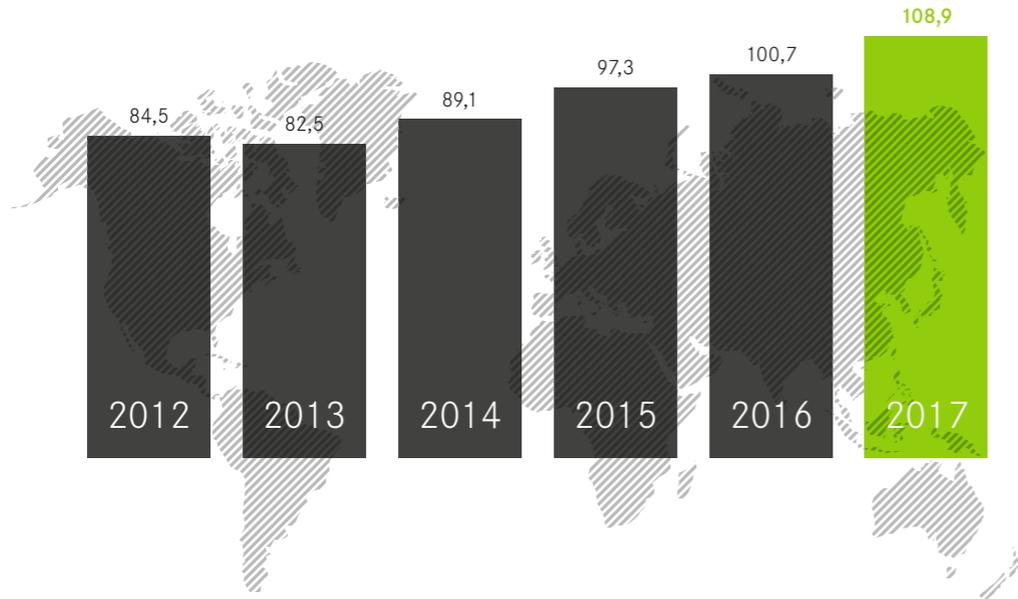
Womit wir uns in naher Zukunft auseinandersetzen werden sind etwa **Phase-Change-Memory-Chips** oder **Racetrack-Memory**.

# ZAHLEN DATEN FAKTEN

» ZAHLEN VON HEUTE  
ALS GRADMESSE  
VON MORGEN «

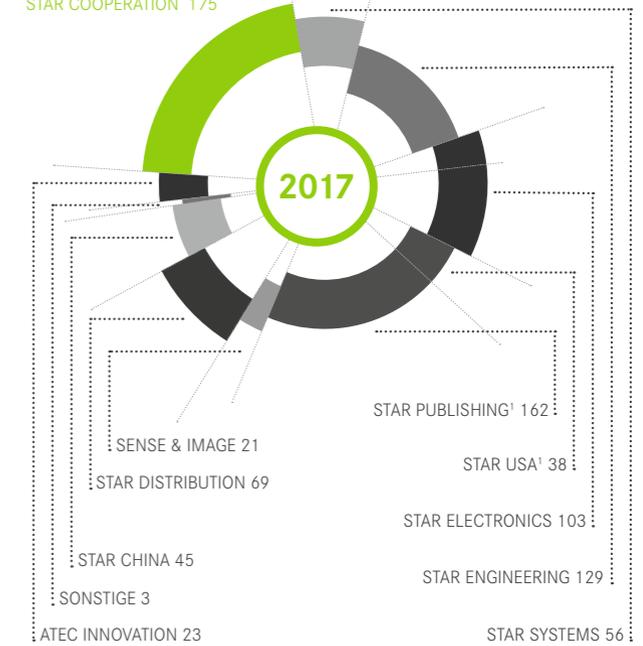
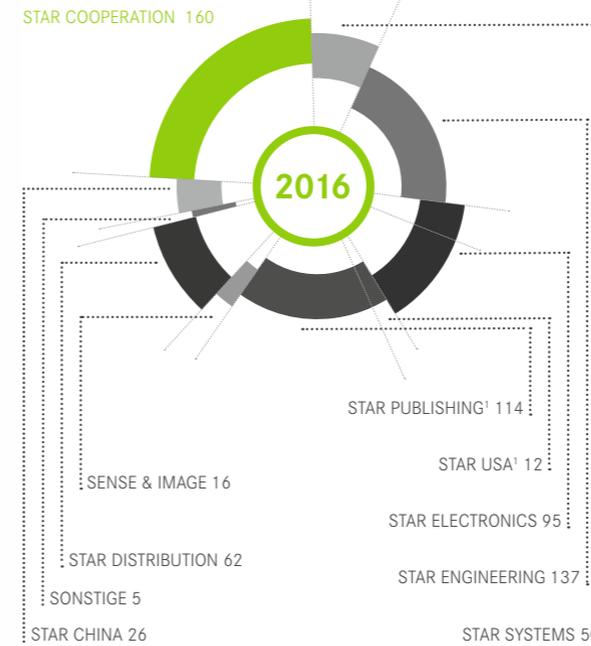
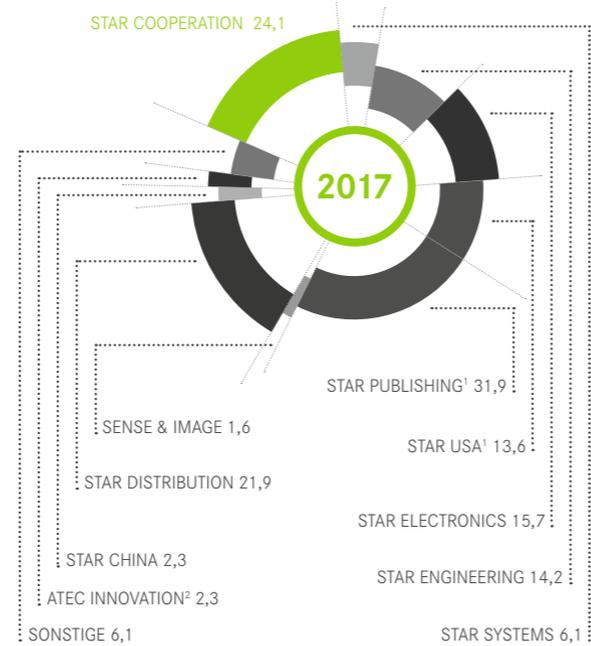
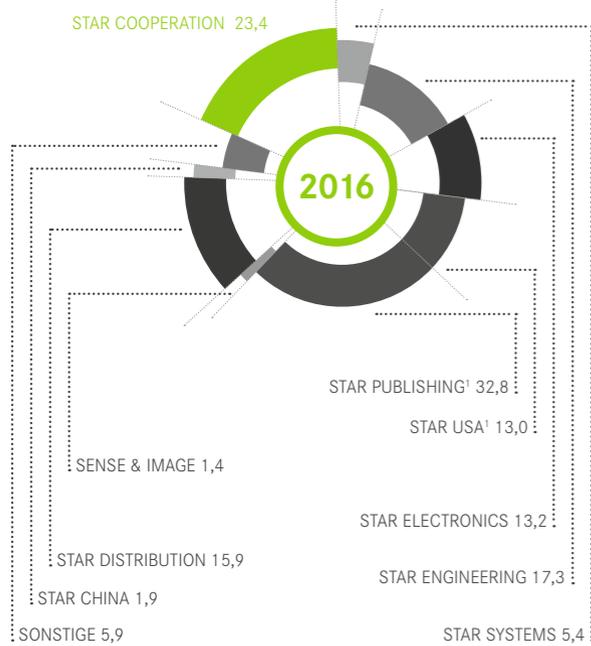
# 2017 | 108,9 MIO. € UMSATZ

# 2017 | 824 MITARBEITER



UMSATZENTWICKLUNG DER STAR COOPERATION GRUPPE GESAMT IN MIO. EURO

MITARBEITERSTAMM DER STAR COOPERATION GRUPPE GESAMT



<sup>1</sup> Darstellung in vorherigen Versionen erfolgte als konsolidierte Einheit.  
<sup>2</sup> Gesamtjahresumsatz, in Gruppenumsatz zeitanteilig ab Juli 2017 enthalten

Zur Darstellung der Gruppensätze wurde der Summenwert der Einzelgesellschaften um die Innenumsätze bereinigt (Konsolidierung).

<sup>1</sup> Darstellung in vorherigen Versionen erfolgte als konsolidierte Einheit.

Alle Mitarbeiterangaben ohne Auszubildende, Praktikanten, Werkstudenten, Bacheloranten, Masterranten, Aushilfen und Fremdarbeitskräfte.  
 Werte: Stand jeweils zum Jahresende

## FOLLOW US



## EASY OUTSOURCING

» KOMPLEXE PROJEKTE «

» KLUGE KÖPFE «

» EIN ANSPRECHPARTNER «



**Alles beginnt mit einzelnen Dienstleistungen von STAR COOPERATION für einen großen Automobilzulieferer.**

Sein Ziel: Er will sich verstärkt auf seine Kernkompetenzen konzentrieren. Deshalb wendet er sich mit einer spannenden Aufgabe an STAR. Sein Wunsch: Alle erforderlichen Projekte sollen „aus einer Hand“ bearbeitet werden. Damit ist unser Kunde genau an der richtigen Adresse: Die Experten von STAR unterstützen ihn ganzheitlich in den Bereichen Medien, IT,

Engineering und Elektronik. Dabei setzen sie auch Virtual Reality ein. STARS unterstützt den Kunden, die Prüfstandssoftware zu warten, Prüfstände und die dazugehörigen Schaltschränke zu bauen sowie Lastenhefte und Bedienungsanleitungen zu dokumentieren. Was vorher einzelne Projekte waren, sind heute eine interdisziplinäre Kooperation mit geballtem Expertenwissen. Der Kunde hat einen Ansprechpartner und zahlreiche Lösungen aus einer Hand – eine Vielfalt, die ihn nachhaltig beeindruckt.

» TRENDS VON DEN AFTER SALES-EXPERTEN «

# DIGITAL ENGINEERING

» FÜR EINE WETTBEWERBSFÄHIGE INDUSTRIE «

**D**ie digitale Revolution ist längst da. Mithilfe neuer Technologien heben moderne Unternehmen ihre Geschäftsmodelle auf ein neues Level. Durch Begriffe wie FinTech im Finanzsektor, HealthTech in der Gesundheitsbranche oder PropTech in der Immobilienwirtschaft zeigt sich, dass die digitale Entwicklung vor keiner Branche Halt macht. Auch im Engineeringbereich haben sich Prozesse, Möglichkeiten und Serviceleistungen in den vergangenen 20 Jahren komplett verändert.

Durch Digital Engineering werden Entwicklungsprozesse mithilfe digitaler Tools unterstützt. Damit greifen Anwender auf allen Stufen des Entwicklungsprozesses eines Produkts auf die Konstruktionsdaten zu und nutzen diese bis hin zum After Sales. So verbessert Digital Engineering die Qualität von Produkten, beschleunigt Abläufe, schont Ressourcen, senkt Kosten nachhaltig und vereinfacht zahlreiche After Sales Maßnahmen. Deshalb ist Digital Engineering mittlerweile von enormer strategischer Bedeutung. Dabei kommt es darauf an, neue Prozesse aufzusetzen und zu etablieren und die interdisziplinäre Zusammenarbeit zu erleichtern – sowohl technisch als auch organisatorisch. Das sichert Unternehmen einen entscheidenden Wettbewerbs- und Wissensvorsprung.



STAR COOPERATION bringt Digital Engineering in den Unternehmen voran. Etwa das Thema Virtual Reality (VR): Damit überprüfen Automobilhersteller Ein- und Ausbauten an Fahrzeugen nur anhand von 3D-Daten. Das macht es einfacher, Reparaturanleitungen für Fahrzeuge im technischen After Sales zu erstellen. Heute brauchen Redakteure dazu oft noch einen Prototypen. Damit finden sie heraus, wie beispielsweise ein Scheinwerfer ausgebaut werden muss, und halten dabei die einzelnen Schritte in Bildern fest.

Auch im Bereich Bau und Architektur wird Digital Engineering zunehmend erfolgreich eingesetzt. STAR erstellt zum Beispiel komplexe Gebäude-Modelle mithilfe von VR. Der Vorteil: Während eine 2D-Zeichnung eines Architekten oft nicht besonders anschaulich ist, ermöglicht es VR, sich in einem neuen Gebäude zu bewegen – und dann zu beurteilen, ob der simulierte Lichteinfall ausreicht oder ob größere Fenster notwendig sind. Der Plan kann so jederzeit überarbeitet werden, um unerwünschte Ergebnisse von vornherein auszuschließen. Bei großen Bauprojekten

wie einer Tunnelmodernisierung lassen sich einzelne Elemente wie Stahlgerüste, Strom- oder Wasserleitungen mit einem Klick ein- oder ausblenden.

Im Digital Engineering steht STAR ihren Kunden als kompetenter Ansprechpartner zur Seite. Denn der digitale Wandel sorgt für strategische und strukturelle Veränderungen. Er optimiert Betriebsprozesse und Geschäftsmodelle und hilft Unternehmen dabei, Ihre Ziele nachhaltig umzusetzen und erfolgreicher zu werden. Gemeinsam mit STAR schaffen die Firmen die Voraussetzung, damit ihnen die digitale Transformation gelingt. Dazu gehört es, neue Prozesse und moderne Medien einzuführen. Bestehende Silos in den Unternehmen müssen sich konsequent vernetzen – etwa per Cloud Computing. Dadurch gewinnen unsere Kunden an Flexibilität und steigern ihre Effizienz sowie Transparenz.

TOBIAS  
UTZ

GESCHÄFTSFÜHRER STAR ENGINEERING

» Die zunehmende Digitalisierung hält Einzug in allen Bereichen. Vor allem der technische After Sales macht hier seit einigen Jahren eine noch nie dagewesene Entwicklung durch, die völlig neue Möglichkeiten bietet – und diese ist noch längst nicht an ihren Grenzen angekommen. Die Branche ist im Wandel und erfindet sich neu: Technische Innovationen bieten im After Sales neue Perspektiven. «

# MISSION: AFTER SALES

» PERFEKT GEPLANT, PROFESSIONELL UMGESETZT «

Den After Sales für ein Fahrzeugprojekt outsourcen – das will vor drei Jahren ein Automobilhersteller aus Süddeutschland. Die Voraussetzung: Ein kompetenter Partner, der die komplette Bandbreite eines Fahrzeug-Projekts abdeckt. STAR nimmt die Herausforderung gerne an und überzeugt. Die vielseitigen Aufgaben des Projekts fordern noch bis Mitte 2018 die Expertise des gesamten Teams – und es folgen neue Aufträge.



Von Anfang an ist die STAR COOPERATION in den Entstehungsprozess eingebunden. Dadurch bringt sie bereits frühzeitig die Anforderungen des After Sales ein und setzt sie erfolgreich um. Der Fokus im ersten Schritt: Eine servicegerechte Produktgestaltung. Neben vielen weiteren Aufgaben führt das Team servicerelevante Aus- und Einbauuntersuchungen von virtuellen Bauteilen und an Prototypen durch. Außerdem definiert STAR neue Servicekonzepte und berücksichtigt dabei Werkzeuge sowie Werkstattausstattung. Dabei hält sie alle geforderten Qualitäts- und Sicherheitsstandards ein und realisiert sämtliche Anforderungen richtlinienkonform. Dank eines regelmäßigen Projektreportings sind für unseren Kunden alle Schritte transparent nachvollziehbar. Das kommt gut an: Der Kunde ist von der lückenlosen Berücksichtigung der formalen, inhaltlichen und qualitativen Vorgaben so begeistert, dass er direkt neue Aufträge erteilt. Dazu gehören Ersatzteildefinition, Reparaturmethoden, Pricing und Produktdatenmanagement. STAR freut sich auf die neuen Aufgaben.

## WUSSTEN SIE SCHON ...

... DASS GOOGLES ROBOTERAUTOS 9.000 KILOMETER ZURÜCKLEGEN. Und das völlig autonom – ohne menschliche Fahrer?

(Quelle: dpa)

... DASS DIE AUTOINDUSTRIE IHRE RENDITE BIS 2025 UM 173 MILLIARDEN EURO STEIGERN KANN

– dank Künstlicher Intelligenz? Bereits heute bearbeitet moderne KI-Software in wenigen Sekunden eine so große Menge an Anträgen, für die früher länger als 360.000 Stunden gebraucht wurde.

(Quelle: McKinsey &amp; US-Bank JP Morgan)

## TOPS ▲

### STEILE KURVE NACH OBEN

574.481 Fahrzeuge – auf diese Zahl an Elektroautos ist der globale Absatz seit 2017 gestiegen.

### SAFTIGE FINANZSPRITZE

Rund 3 Billionen Euro: Diese Summe wollen Unternehmen weltweit 2018 in IT-Projekte investieren. Das sind satte 4,5 Prozent mehr als 2017.

## ▼ FLOPS

### VERSCHENKTES POTENTIAL

Rund 60 Prozent der Unternehmen mit mehr als 20 Mitarbeitern kooperieren nicht mit Start-ups.

### MANGELNDER WEITBLICK

Maschinen und Anlagen proaktiv warten? Fehlanzeige! Nur jedes vierte Unternehmen der Automobilindustrie setzt auf Predictive Maintenance.

» TRENDS VON DEN AFTER SALES-EXPERTEN «

# AUFBRUCH IN EINE NEUE DIMENSION

» VIRTUAL REALITY ALS PLANUNGSTOOL «

In eine Scheinwelt eintauchen, sich dort bewegen und seine Fantasien verwirklichen – das ermöglicht uns Virtual Reality (VR). Dass es sich dabei nicht mehr um Zukunftsmusik handelt, erfahren wir als Verbraucher bereits mit den eigenen Augen.

Virtual Reality, kurz VR, bezeichnet die Demonstration einer fiktiven Welt, die mittels Computer-Technologien individuell geschaffen wird. Diese Welt wird simuliert, indem der Nutzer eine VR-Brille aufsetzt. Damit betrachtet und erkundet der Träger den fiktiven Raum in 360 Grad. Beispiele dafür:

- Anstatt als passiver Spieler mit einem Controller vor dem Bildschirm, ist es Gamern durch VR möglich, sich aktiv als Teil eines Spiels zu fühlen – ganz so, als würden sie in einem Spielfilm mitspielen und zur Handlung beitragen. Dabei hat der Filmmarkt VR-Brillen schon selbst für sich entdeckt.
- Die Medizin führt mittels VR eine Operation im Vorfeld der eigentlichen Operation virtuell durch. Der Chirurg kann sich dabei detailliert mit der Vorgehensweise beschäftigen und so optimal vorbereiten.

Auch die STAR COOPERATION setzt erfolgreich auf VR: Als Dienstleister für die Automobilbranche hat STAR bereits Fahrzeuge bzw. Ein- und Ausbauserien und andere Szenen so visualisiert, dass auf dieser VR-Grundlage Entscheidungen getroffen wurden, wie sie in der Praxis umgesetzt werden. Geplante Bauprojekte werden digital entworfen und mit VR realisiert, so dass die jeweiligen Kunden das Konzept intensiv und als Augenzeuge kennen und verstehen.

**Dank VR erkennen STAR und ihre Kunden Optionen auf einen Blick – ein großer Fortschritt zur Projektion auf einem Bildschirm.**



» BRILLE AUF WELT AN «

Seit einiger Zeit zeigt sich: Neben VR ist Augmented Reality (AR) in Zukunft eine interessante Technologie. Dabei wird die Realität, die wir wahrnehmen, computer-gestützt ergänzt. Ein simples Beispiel dafür sind die eingeblendeten Informationen bei Übertragungen von Fußballspielen. Es bleibt also spannend, welche neuen Technologien künftig unseren Alltag und die Branche verändern. Eines ist dabei jedoch sicher: STAR arbeitet bereits jetzt mit der Technik von Morgen.



## VIRTUELLER TUNNELBLICK

» BUILDING INFORMATION MODELING

MEETS VIRTUAL REALITY «

Einen ungewöhnlichen Auftrag bekommt STAR COOPERATION von einem Kunden aus der Baubranche: Sein Projekt zur Sanierung eines Tunnels will er dem Landesministerium mit einer neuen Methode präsentieren. Der Plan: Ein digitales Modell kombiniert mit VR-Technologie – anschaulich und einfach zu analysieren. Die Grundlage dafür bildet ein digitales Datenmodell des Tunnels, das mithilfe der Methode „Building Information Modeling“ erstellt ist, also ein Modell, das alle relevanten Bauwerksdaten kombiniert und erfasst. Um die Baumaßnahmen für die Sanierung zu planen, soll das Modell in Virtual Reality überführt werden – die Expertise der STAR COOPERATION ist gefordert.

Doch die Umsetzung des Tunnel-Plans stellt die STARS vor eine Herausforderung: Es gibt keine festen Planungsstandards für Building Information Modeling im Tunnelbau. Deshalb nutzten die Experten ihre geballte Kompetenz und Expertise, um das 3D-Modell mit Building Information Modeling und Virtual Reality zu planen. Das anschauliche 360-Modell erleichtert es den Sachverständigen, komplexe Sachverhalte des Bauvorhabens zu erläutern, alle Projektbeteiligten zu erreichen und Entscheidungen zu treffen. So macht es STAR durch das Modell allen leichter, sich das vielschichtige Bauvorhaben vorzustellen und es im Detail zu verstehen.



## BEERSPIKE UND MALZ



### GOTT ERHALT'S

#### DIGITALISIERTE LEIDENSCHAFT

Es ist kein Geheimnis: Eine der großen Leidenschaften der atec innovation GmbH ist Bier. Und was liegt einer Innovationsschmiede näher, als diese Leidenschaft für Bier mit der noch größeren Leidenschaft für Digitalisierung mit Mehrwert zu verbinden? Gemeinsam mit dem Unternehmen Speidel entwickelte die STAR COOPERATION deshalb eine vollautomatische Brausteuerung für den Heim- und Gastronomiebedarf, die den kompletten Brauvorgang digital abbildet: den Braumeister. Das Gesamtsystem mit digitaler Steuereinheit macht es möglich, Braurezepte auszuwählen oder auch eigens entwickelte Rezepte einzuspeichern. Außerdem findet der anschlie-

ßende Brauvorgang komplett digital statt - bis zum eigenen Bier. Zusätzlich lässt sich die Steuerung im Sinne von Industrie 4.0 über eine Wifi-Schnittstelle mit unterschiedlichen Endgeräten und Betriebssystemen verbinden. Ein Projekt, das der atec innovation GmbH außerdem besonders am Herzen liegt, ist der BeerSpike. Dabei handelt es sich um einen von atec entwickelten Bierstachel, der in dieser Form einmalig ist. Der erhitzte Bierstachel karamellisiert durch Eintauchen in kaltes Bier den Restzucker und gibt dem Getränk einen weichen, intensiveren Geschmack. Ein einzigartiger Genuss und ein Must-have für jeden (angehenden) Biersommelier!

## NAVI VS. SMARTPHONE

Ohne Straßenatlas mit dem Auto verreisen war lange Zeit undenkbar. Seit 1989 kam die erste moderne Hilfe: Navigationssysteme. Diese erinnerten mit ihrem regieführenden Kompass zunächst noch an die gute alte Seefahrt. Der erste Navi-Pionier von Bosch war im Vergleich zu heute mit 7000 D-Mark definitiv kein Schnäppchen. Mittlerweile lenken die Navis längst

Satellitenpositionsdaten (GPS) - doch es zeichnet sich bereits ein neuer, unaufhaltsamer Trend ab: Smartphones. Dienste wie Google Maps machen es Autofahrern längst möglich, die aktuelle Verkehrslage mittels Cloud zu überblicken.

» APP ODER GERÄT – WER MACHT DAS RENNEN? «

» SICHERHEIT UND KOMFORT  
DURCH FAHRERASSISTENZSYSTEME «



## INTELLIGENTE AUTOS

Neue Fahrerassistenzsysteme und Sensoren mithilfe der bestehenden Fahrzeug-E/E-Architekturen untersuchen und anpassen: STAR COOPERATION durfte einen Kunden dabei unterstützen. Die Zielsetzung: Daten werden gezielt manipuliert und so werden Eingriffe in die bestehende Kommunikation ermöglicht. Denn Fahrerassistenzsysteme steigern nicht nur den Komfort, sondern auch die Sicherheit. Eine zuverlässige Funktion ist dabei elementar.

In manchen Fällen forderte die Integration mehrerer Komponenten zusätzlich ein System, das drei FlexRay-Busse (spezifische Systeme zur Datenübertragung) zueinander synchron starten und halten kann. Zu diesem Zweck wurde beim Kunden vor Ort eine Anpassung der FlexDevice-L-Plattform auf FlexDevice-L<sup>2</sup> vorgenommen sowie der Offset-Control-Mechanismus für drei FlexRay-Busse realisiert. Mit Erfolg: „Das beste Gateway und Restbussimulations-Werkzeug, das wir je genutzt haben“, hieß es nach getaner Arbeit vom Kunden.

» STAR AKQUIRIERT ATEC:  
DIE INNOVATIONSSCHMIEDE  
MIT IM TEAM «

## SYNERGIEEFFEKT VOM FEINSTEN

Die atec innovation GmbH hatte Elektronikbaugruppen bisher komplett bei externen Unternehmen in Auftrag gegeben und fertigen lassen.

Durch die Zugehörigkeit zu STAR seit Anfang 2017 bietet sich nun die Möglichkeit, Elektronikbaugruppen innerhalb der Gruppe zu produzieren. Von der Sichtung und Übernahme der Stücklisten und Fertigungsdaten über Beschaffung von Material und Fertigungswerkzeugen und Einrichtung der Fertigung bis hin zur Herstellung von Mustern - in acht Wochen konnten dank der gemeinschaftlichen Arbeit 7.000 atec Elektronikbaugruppen hergestellt werden! Aufgrund der kurzen Wege für Material und Informationen sowie der unkomplizierten Kommunikation ein positiver Synergieeffekt, wie er im Buche steht!

# EIN MEHR AN INNOVATIONEN

» HERZLICH WILLKOMMEN BEI STAR «

Die atec innovation GmbH aus Sindelfingen, Innovationschmiede und langjähriger Partner, gehört seit Anfang 2017 zur STAR COOPERATION. Das Team rund um den Geschäftsführer André Flemming wächst seither immer mehr mit STAR zusammen und das bringt allen starke Vorteile: Das neue Teammitglied beschleunigt die Innovationstätigkeiten innerhalb der Gruppe, insbesondere im Bereich der Produktentwicklung und -vermarktung. atec arbeitet derzeit weiterhin an hoch innovativen Projekten, hat jedoch mit den Experten-einheiten von STAR COOPERATION im Rücken ganz andere Entwicklungsmöglichkeiten für die Zukunft.

# THINK OUTSIDE THE BOX

## END-TO-END-DIGITALISIERUNG

Digitalisierung – jeder kennt sie aus Arbeit und Freizeit, und doch versteht sie jeder anders. Oft wird Digitalisierung noch so interpretiert, dass einem Produkt ein Display hinzugefügt werden muss – zack, schon ist es digitalisiert. Doch hinter diesem Display sollte Logik stecken, da es die Bedingung für die Lösung darstellt. Die große Frage, die also immer im Mittelpunkt des Digitalisierungsgedankens stehen sollte, lautet: Warum wird digitalisiert und was ist der Mehrwert? Das Ziel im Fokus ist die Umsetzung und Abbildung einer Wertschöpfungskette, um einen gesamten Prozess digital abbilden zu können. Als optimales Beispiel dient hier etwa das Projekt einer automatischen Brausteuerung für den Heim- und Gastronomiebedarf, die die atec innovation GmbH zusammen mit einem Kunden entwickelt hat. Der komplette Brauvorgang wird digital abgebildet. Von einem Portal, auf dem die Zutaten bestellt werden können, bis zum Prozess mit Brauen, Köhlen, Gären und Abfüllen kann alles digital bedient werden: Dies bedeutet Mehrwert für den Kunden durch Digitalisierung, frei von Systembrüchen.

» EXPERTEN-TRENDS AUS DER DIGITALISIERUNG «

Um diesen Mehrwert zu sichern, fängt atec bei jedem Kunden individuell beim ersten Schritt an: Gibt die Digitalisierung ganzheitlich Sinn oder ist sie eher ein Nice-to-have? Wenn man bei einem Produkt nicht in der Lage ist, eine ganzheitliche Wertschöpfungskette digital zu erzeugen und auch umzusetzen, wird aus einem gedachten Must-have lediglich ein Nice-to-have. Sagen wir, das Produkt ist ein Hammer: Mit diesem Tool ist es möglich, einen Nagel in die Wand zu schlagen. Wird der Hammer nun digitalisiert, bedeutet es in diesem Fall, dass ein Barcode erstellt und aufgeklebt wird, der maschinenlesbare Elemente enthält. Wird dieser

Barcode nun gescannt, bekommt man die Information, dass es sich um einen 500 Gramm schweren Hammer mit Holzstiel der Firma XY handelt. Das wäre ein Fall von Digitalisierung mit einem extrem niedrigen Mehrwert. Darauf folgt der Business Case – es muss sich für den Kunden rechnen und der Endanwender die Bereitschaft haben, den Mehrwert für die digitale Wertschöpfungskette zu zahlen. Es ist notwendig, dass dieser Mehrwert klar herausgearbeitet ist und evaluiert wurde, ob die Rechnung des Return on Investment positiv ausfällt oder es sich eher um ein Nice-to-have handelt. Zusätzlicher Faktor ist die Entwicklung des Markts. Dabei muss eingeschätzt werden, ob das Produkt schon erwünscht ist, oder es in ein paar Jahren mehr Profit abwerfen würde – tatsächlich gibt es auch in unserer heutigen Zeit noch ein „zu innovativ“.

### » MEHRWERT DURCH DIGITALE TRANSFORMATION «

Sind diese Faktoren bearbeitet, folgt bei atec der nächste Schritt: der technische Mehrwert, sprich Sensorik, die passende Software, das Gesamtsystem. Was danach kommt, also die Programmierung von Applikationen, die Software-Architektur etc. ist die optimale Synergie mit STAR COOPERATION. Als Experte unter anderem für die App- und Portalentwicklung und Hosting kann sie das Digitalisierungsprojekt anschließend übernehmen und vollenden. Von der ersten Fragestellung bis hin zum abgeschlossenen Endergebnis kann Kunden somit eine Lösung aus einer Hand geboten werden: die End-to-End-Digitalisierung.



ANDRÉ FLEMMING GESCHÄFTSFÜHRER ATEC INNOVATION

» Mein Ziel ist es, Innovationen zu entwickeln und zwar von der Ideenfindungsphase bis hin zum Endprodukt. Gemeinsam mit STAR ergänzen wir uns zu einem optimalen Partner für Digitalisierung, der unseren Kunden einen einzigartigen Mehrwert an Ehrlichkeit, Inspiration und Kreativität bietet. «

» MODERNISIERUNG VON  
ENTWICKLUNGSFAHRZEUGEN «

## EXPANSIONSSTRATEGIE TRÄGT FRÜCHTE

In einem neuen Fachbereich bei STAR werden Release-Umbauten durchgeführt – also Entwicklungsfahrzeuge auf neue E/E-Release-Stände modernisiert. Dazu tauschten und aktualisierten 13 STARS für unseren Kunden aus der Automobilbranche bis zu 40 Steuergeräte und passten Pinnings und Leitungssätze an. Eine Herausforderung: Unter Zeitdruck musste eine hohe Stückzahl an Fahrzeugen abgearbeitet werden. Das Problem wurde dank der Expansionsstrategie der Werkstätten und der damit verbundenen neuen Halle perfekt gelöst und die Arbeit erfolgreich vollendet. Das trägt Früchte: Auch für 2018 ging der Folgeauftrag an STAR.

» MESSAUFBAU FÜR VOLLELEKTRISCHES FAHRZEUG «



## E-MOBILITY DESIGN

Ein Entwickler für Mobilitätskonzepte gab STAR COOPERATION den Auftrag, einen Messaufbau zu planen sowie umzusetzen. Es galt, für ein vollelektrisches Kraftfahrzeug Messrechner und Testequipment zu installieren. Die erfahrenen STARS waren sogar in der Lage, das Konzept des Kunden durch Änderungsvorschläge noch zu verbessern. In drei Fahrzeugen wurden Racks in den Kofferräumen aufgebaut, damit Komponenten und Verkabelungen aufgenommen werden konnten. Außerdem wurde ein Leitungssatz zum Verbinden der Kamera und Fahrzeugsignale mit dem Messaufbau angefertigt. Dank der Expertise der STARS war es möglich, das Projekt trotz Zeitdruck termingerecht wie auch erfolgreich durchzuführen – die Folgearbeiten für 2018 stehen bereits in Aussicht.

» Automobile, Elektronik, Umbauten – alles wird einzeln und somit im Ganzen komplexer. Die Zeit, in der – einfach ausgedrückt – Kontakte umgesteckt werden mussten, ist längst vorbei. Wir haben die neuen Herausforderungen frühzeitig erkannt und sind deshalb in der Lage, hochmoderne Lösungen anzubieten, die unsere Kunden auch in unserer sich schnell wandelnden Zeit nachhaltig zum Erfolg führen werden. «



HENNING  
LANGE

**GESCHÄFTSFÜHRER**  
STAR ELECTRONICS & ATEC INNOVATION

## ELEKTRONIK

**L**adesäulen an vielen Ecken in der Stadt, Spurhalteassistent im Mietauto und vorausschauende Navigationsdienste, die den Stau umfahren: Sogar im Alltag sind wir inzwischen viel weiter in der Zukunft angekommen, als uns manchmal bewusst ist. Dabei ist das nur der Anfang: „go safe, go green & get connected“ lautet das Motto, das die Automobilbranche in den nächsten Jahren bewegen wird.

Sicherheit im Straßenverkehr wird seit Jahrzehnten großgeschrieben und spielt natürlich auch bei allen Zukunftsvisionen eine große Rolle. Hier werden in den kommenden Jahren vor allem rund um die Stichpunkte Autonomes Fahren und Fahrerassistenzsysteme Fortschritte erwartet. Beschleunigen, bremsen, blinken oder lenken soll das Fahrzeug ohne menschliches Eingreifen. Im Idealfall ist vorausgesetzt, dass damit menschliches Versagen und somit mangelnde Sicherheit ausgeschlossen sind – „go safe“.

Wenn zukünftig hundertprozentige Sicherheit durch autonomes Fahren gewährleistet wird, wäre es sogar eine Möglichkeit, dass selbstfahrende Fahrzeuge zum Pflichtprogramm werden. Neben dem Sicherheitsaspekt kann auch der stationäre Handel profitieren – Mobilität dank autonomen Fahrens.

Um diese Sicherheit zu gewährleisten, müssen in vielerlei Hinsicht Verbindungen aufgebaut werden – „get connected“. Best-Case ist, dass alle Fahrzeuge im Straßenverkehr über eine Cloud verbunden sind, Daten miteinander austauschen und somit Entscheidungen treffen. Auch Datenaustausch mit der Infrastruktur sollte über eine Cloud funktionieren. Welches Verkehrszeichen gilt, wo gibt es Stau, wann schaltet die Ampel und wo soll ich parken? Dadurch entsteht ein hoher Bandbreitenbedarf im Datenaustausch mit den Steuersystemen, der gedeckt werden muss. Mit diesen Herausforderungen wird sich die Automobilindustrie in den nächsten Jahren auseinandersetzen.

Der Aspekt der Elektromobilität – „go green“ – wird bei allen Zukunftsszenarien rund ums Fahren nicht mehr außer Acht gelassen. Problematik hierbei ist aktuell die bisher mangelnde Reichweite. Autofahrer sind es gewohnt, in fünf Minuten vollgetankt zu haben und damit die Möglichkeit zu haben, anschließend ohne weitere Pausen mehrere hundert Kilometer fahren zu können. Aktuell ist das mit E-Fahrzeugen noch nicht im Rahmen des Möglichen. Für die Ladesysteme der Zukunft muss das Energie- und Zeitverhältnis noch optimiert werden.

Die Orientierung des STAR COOPERATION-Automobilbereichs ist durch „go safe, go green & get connected“ deutlich beschrieben. Der Fokus liegt darauf, mit neuen Technologien, die sich aus den Trends ergeben, Lösungen für jedes Kundenproblem zu bieten. Die Schwierigkeit hierbei ist, als Dienstleister die herausfordernden Thematiken frühzeitig zu erkennen, um während der Entwicklungsphase Lösungen und Werkzeuge anbieten zu können, um Fahrzeugtests und -validierungen ganzheitlich und zielführend durchzuführen. Diese Werkzeuge ermöglichen die Integration von neuen Technologien in bestehende Fahrzeuge und erlauben Testszenarien, die sonst nicht möglich wären. Da STARS immer nahe am Kunden arbeiten, ist es ihnen möglich, die Trends direkt zu verfolgen und somit frühzeitig passende Lösungen für Probleme zu entwickeln. Kundenspezifische Lösungen, die durch diese Vorgehensweise entstehen, ergeben häufig Produkte, die die Zukunft des Autofahrens weiter vorantreiben und optimieren.

» TRENDS VON DEN FAHRZEUGELEKTRONIK-EXPERTEN «

# GO SAFE GO GREEN GET CONNECTED

» DIE MOBILITÄT  
DER ZUKUNFT «



## NEUE WERKSTATT

### NEUE MÖGLICHKEITEN

**An 15 Fahrzeugen gleichzeitig arbeiten? Für einen STAR Kunden ab sofort kein Problem mehr! Er kann nun flexibel auf Kundenwünsche reagieren.**

Um dies zu erreichen, musste eine neue Werkstattfläche inklusive Fachpersonal in der Nähe seines ursprünglichen Werks her. Für die STAR-Experten galt es, Fahrzeugumbau beziehungsweise

se-aufbau in den Bereichen Messtechnik, Mechanik und Elektronik zu ermöglichen. Zusätzlich sollten Kabelsatz-Prototypenfertigung und ein elektrischer Aufbau von Palettsystemen möglich sein. Mit Erfolg: Seit Januar 2018 stehen unserem Kunden acht Standard-Fahrzeughöhen, eine Fahrzeugvermessungsbühne wie auch weitere Flächen zur Verfügung.



### » STAR-ERFOLG IM AUDIT «

**Regelmäßig werden unsere Prozesse und somit unser Fortschritt bei STAR durch eine externe Prüfung, durchgeführt von der TÜV Süd Management Service GmbH, gemessen.** 2017 bestand das STAR-Managementsystem beim Audit erfolgreich in den Bereichen Qualitäts- (ISO 9001), Umwelt- (ISO 14001) sowie Energiemanagement (ISO 50001). Auch die Informationssicherheit der STAR SYSTEMS nach ISO 27001 wurde zertifiziert. Übrigens: Viele Unternehmen arbeiten nur mit Firmen zusammen, die über entsprechende Zertifikate verfügen und auch (potenziellen) Mitarbeitern geben sie eine positive Rückmeldung und Sicherheit über ihren Arbeitgeber.

# GUT GEPRÜFT IST HALB GEWONNEN

## » ENTWICKLUNG VON STEUERGERÄTEN «

**Die STARS wissen Bescheid: Ein modernes Fahrzeug zeichnet unter anderem aus, dass viele Steuergeräte verbaut sind, die über verschiedene Bussysteme miteinander kommunizieren. Bei der Entwicklung dieser Geräte ist es wichtig, dass das komplette System getestet werden kann – meistens steht jedoch nicht das komplette System zur Verfügung. Hier hilft STAR COOPERATION weiter: Die Daten der fehlenden Steuergeräte werden über eine Restbussimulation generiert.**

Diese simuliert bzw. generiert den Datenverkehr, den eine bestimmte ECU (Electronic Control Unit) benötigt bzw. im Fahrzeug empfan-

gen würde, und versetzt die ECU in einen regulären Betriebszustand. Die Restbussimulation wird auf dem PC ausgeführt, die Daten über das Interface an die ECU ausgegeben. Die Herausforderung für die STARS besteht darin, unter Berücksichtigung gegebener Randbedingungen zügig eine realitätsnahe Restbussimulation zu generieren. Unsere Lösung, der seit Jahren Ingenieure, Entwickler und Techniker vertrauen, heißt FlexDevice. Nach Anschluss an eine Stromquelle führen die kompakten und robusten Geräte konfigurierte Gateways bzw. Restbussimulationen völlig autonom aus, ein PC ist daher im laufenden Betrieb nicht notwendig.

**» SEIT 2017 ERGÄNZT DAS NEUE FLEXDEVICE-L<sup>2</sup> DIE BEIDEN BEKANNTEN HARDWARE-PLATTFORMEN FLEXDEVICE-M UND FLEXDEVICE-L: MEHR FPGA-SPEICHERPLATZ, TROTZ GLEICHER BAUGRÖSSE, IP67-SCHUTZKLASSE UND GEWOHNTER ROBUSTHEIT. «**

## 24/7 IM EINSATZ

### » VORBEREITUNG VON FAHRZEUGTESTS «

**Von einigen STARS wurden für die Vorbereitung von Fahrzeugen für den EMV-Test (Prüfung elektromagnetischer Verträglichkeit eines elektronischen Produkts) hohe Flexibilität und Bereitschaft gefordert.**

Denn die Fahrzeuge unseres Kunden mussten im Innenraum und am Unterboden zerlegt und nach den Messungen wieder zusammengebaut werden. Und das auch oft am Wochenende, damit die Fahrzeuge montagsmorgens wieder beim Kunden bereit standen. Der neue Fachbereich der STAR COOPERATION bedeutet für unseren Kunden einen großen Mehrwert. Denn er selbst sparte dadurch Ressourcen ein und konnte sich so auf den Test konzentrieren, während die Vorbereitung voller Vertrauen bei den STARS lag. Auch für uns haben sich Flexibilität und Zuverlässigkeit ausgezahlt: Der durchweg zufriedene Kunde setzt 2018 wieder auf STAR.



## 2 JAHRZEHNTE FORTSCHRITT: DAMALS REVOLUTIONÄR – HEUTE ALLTAG



### ONE DIGITAL DAY

Im Juli 1997 wurden 112 Starfotografen von Intel beauftragt, Aufnahmen in ihrer jeweiligen Umgebung zu machen, die die Digitalisierung des Lebens hervorheben sollten. Intel wollte verdeutlichen, wie digital der Alltag auf der ganzen Welt geworden ist. Heraus kamen weltberühmte Fotos, wie das einer Frau, die einem im Ausland stationierten Soldaten zum ersten Mal die gemeinsame neugeborene Tochter per Videokonferenz zeigt, oder das eines spielsüchtigen Japaners zwischen allerlei Equipment – was damals noch eine klobigere Angelegenheit war als heute. Alles vertraute Beispiele, die eine schöne Erinnerung an die damalige Zeit bieten.

## NACHWUCHS BEI DER FLEXDEVICE-FAMILIE



» EINSTEIGERMODELL FÜR DIE RESTBUSSIMULATION «

Bei STAR COOPERATION wird internen Entwicklungen hohe Priorität zugeschrieben, um Kunden stets die besten Produkte sowie Services anbieten zu können. Aktuell werden in Göppingen High-End- (FlexDevice-L und L<sup>2</sup>) und Mid-Range-Geräte (FlexDevice-M) für die Ausführung von Restbussimulationen wie auch Gateways angeboten.

Ein preiswertes Einsteigergerät fehlte bis jetzt noch im Produktportfolio. Um zukünftig auch eine Lösung für Kunden anzubieten, die weniger komplexe Bussysteme wie LIN bzw. CAN einsetzen oder besonders preissensitiv sind, gab die STAR COOPERATION ein ehrgei-

ziges Ziel aus: ein preiswertes FlexDevice-Einsteigergerät um Restbussimulationen und Gateways zu realisieren. Der Clou: Bei Entwurf sowie Design des Geräts wird ein besonderes Augenmerk auf die Herstellungskosten gelegt – ohne Abstriche in puncto Einsetzbarkeit oder Qualität. Die Bilanz kann sich sehen lassen: In Zukunft nimmt STAR COOPERATION ein sehr preiswertes, sehr leistungsfähiges Einsteigergerät der FlexDevice-Familie in das Portfolio auf, auf dem sich für die Bussysteme LIN, CAN-HS, CAN-FD, aber auch für FlexRay und automotive Ethernet, Gateways und Restbussimulationen ausführen lassen. Somit ist es perfekt auf die Bedürfnisse der Zielgruppe abgestimmt.

» FlexDevice-S «



» SOFTWARE-ERWEITERUNG FÜR DIE AUTOMOBILBRANCHE «

## DIE BESTE GATEWAY- LÖSUNG AM MARKT

Ein großer Automobilzulieferer setzt die FlexConfig RBS Software von STAR COOPERATION bereits erfolgreich in verschiedenen Abteilungen ein. Hochzufrieden mit unserer Toolchain für Restbussimulation und Gateways folgt nun die Erweiterung.

Um diese Toolchain auch für einen weiteren großen Automobilhersteller nutzen zu können, waren allerdings Erweiterungen nötig, die die Unterstützung der Fahrzeuge des Partners gewährleisten. Aufgabe der STARS war es also, eine OEM-spezifische Erweiterung der Software FlexConfig RBS vorzunehmen, sodass auch für Fahrzeuge

des Automobilherstellers Restbussimulationen und Gateways erstellt werden können. Dabei wurde ganze Arbeit geleistet: Unser Kunde kann die Lösung nun umfassend für seine Tests einsetzen. Restbussimulationen sowie Gateways werden mit unserer Toolchain (FlexConfig RBS und den FlexDevices) erstellt. Das wird entsprechend honoriert. Für ihn ist FlexConfig RBS die beste Lösung für die Erstellung von Gateways, die aktuell auf dem Markt ist. Deshalb sollen in Zukunft weitere OEMs unterstützt werden, damit die Lösung in weiteren Abteilungen eingesetzt werden kann.

» FlexConfig RBS «



## UNTER HOCHSPANNUNG

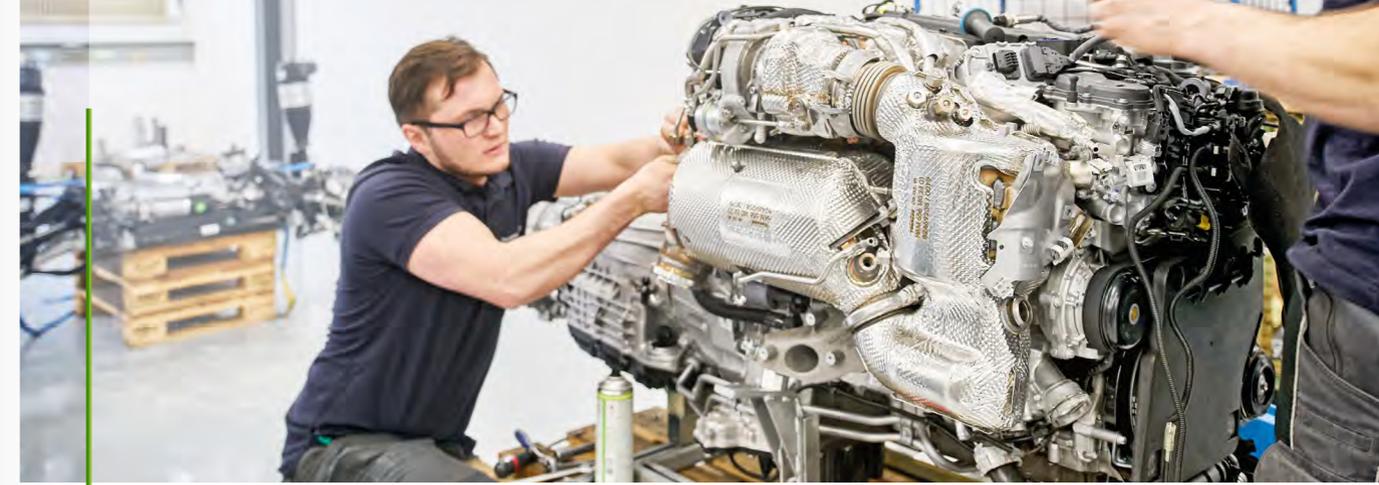
» ERHÖHUNG DER SPANNUNGSSTUFE VON 400 AUF 800 VOLT «

Unser Kunde, ein großer Entwickler für Antriebsbatterien, stellte STAR vor eine große Herausforderung, da ein wichtiger Auftraggeber den Prototypen für ein Elektrofahrzeug entwickeln wollte, das mit einer 800 Volt-Batterie betrieben werden sollte. In seinem Portfolio hatte unser Kunde aber lediglich 400 Volt-Batterien, die jeweils mit einem eigenen Batteriemanagementsystem (BMS) ausgestattet waren. Es galt also, zwei 400 Volt-Batterien zu einer 800 Volt-Batterie zu kombinieren.

» KOMBINATION VON BATTERIEMANAGEMENTSYSTEMEN «

Dabei mussten selbstverständlich hohe Anforderungen an Hochvolt-Sicherheit eingehalten und ständig nachgewiesen werden. Um diese Herausforderungen zu bewältigen, wandte sich unser Kunde an STAR COOPERATION. Die STARS begannen mit der Demontage der bestehenden Hochvolt-Batterie. Dann stellten sie eine Erhöhung der Spannungsstufe von 400 auf 800 Volt sicher. Dabei galt es, die beiden 400 Volt-Batteriestränge neu zu verschal-

ten sowie diverse Optimierungen vorzunehmen. Elementar war außerdem die auf FlexDevice-M basierende Softwareentwicklung eines Gateways für das Fahrzeug zur Verbindung beider Batteriemanagementsysteme. Der Erfolg des Projekts wird gerade bei der Hochvolt-Abnahme und ausgiebigen Funktionstests auf dem Prüfstand bestätigt. Doch unser Kunde zeigt sich bereits jetzt hochzufrieden.



## KRAFTPROBE

» MOTOREN AUF DEM PRÜFSTAND «

Innerhalb eines Projekts hat STAR COOPERATION das bestehende FlexDevice-L zu FlexDevice-L<sup>2</sup> erweitert. Die Ausgangslage: Unser Kunde betreibt zahlreiche Prüfstände mit unterschiedlichen Test-Motoren, um die Dauerfestigkeit dieser und anderer Antriebskomponenten zu prüfen. Um einen Motor auf dem Prüfstand optimal zu testen, sind viele Umgebungsinformationen erforderlich, die das Motorsteuergerät sonst aus dem restlichen Fahrzeug bzw. bestehenden Sensoren erhält. Hierzu liefert STAR bereits die PowerUnit, mit der vor allem relevante Leistungssignale für die Motor-Steuerung simuliert werden. Um die elektronischen Bus-Systeme der Zukunft FlexRay, CAN, CAN-FD und 100Base-T1 am Prüfstand einsetzen zu können, hat ein STAR-Team eine Simulations-Plattform entwickelt,

die solche Systeme unterstützt und auf zukünftige Anforderungen möglichst leicht angepasst werden kann. Dazu erweiterte es das bestehende FlexDevice-L zu FlexDevice-L<sup>2</sup> mit bis zu 22 Bus-Schnittstellen für CAN, CAN-FD, FlexRay, Ethernet, 100-Base-T1, LIN und SENT. Außerdem realisierten die STARS eine neue Adaption der Bus-Verbindung am FlexDevice-L<sup>2</sup> mit einem neuen Verbindungskonzept bei gleichbleibendem Bauraum sowie verwechslungssicheren Kontaktierungen. Hierzu wurden kundenspezifisch die Frontblende und Bus-Blende am FlexDevice-L angepasst. Nach einem erfolgreichen Pilotprojekt wurden inzwischen über 180 Geräte bestellt: Die Zusammenarbeit auf diesem Gebiet soll weiter ausgebaut werden.

## » STERNTALER « STIFTEN HOFFNUNG

» ENGAGIERTE STAR-AZUBIS «

Die STAR-Philosophie wird auch von Auszubildenden der STAR COOPERATION, den sogenannten Sterntalern, aktiv gelebt. Jedes Jahr sammeln sie tausende Euro an Spenden für gemeinnützige Organisationen in der Region Böblingen. 2017 kamen 4.300 Euro zusammen – und ganz nach dem Motto geteilte Freude ist doppelte Freude, kamen die Einnahmen verschiedenen Einrich-

tungen zugute: So wurde das Geld an verschiedene Organisationen gespendet. Unter anderem durften sich der Freundeskreis Flüchtlinge und das Kinderhospiz Stuttgart über die Zuwendungen freuen. Mit der Auswahl der Einrichtungen verfolgt STAR das Ziel, hilfsbedürftigen Mitgliedern unserer Gesellschaft unter die Arme zu greifen – und das Gefühl, wirklich zu helfen, ist Jahr für Jahr jegliche Mühe wert!



» GEMEINSAM MEHR ERREICHEN. «



## HERAUSFORDERUNG ANGENOMMEN & GEWONNEN

### » POWERBIEST FÜR EXTREMBEDINGUNGEN «

Bei Fahrzeugtests verbauen Automobilhersteller immer mehr Messtechnik. Die Folge: Sie benötigen immer mehr Energie, um diese zu betreiben. Einer unserer Kunden wollte die Energieleistung seiner Fahrzeuge deshalb effizient steigern. In Zusammenarbeit mit STAR der erste Prototyp mit einer Lithiumphosphatbatterie.

Eine Stromstärke von 70 Ampere über einen Zeitraum von 20 Minuten ohne laufenden Motor wurde sichergestellt. Eine besondere Herausforderung war, dass 35 Kilogramm Maximalgewicht nicht überschritten werden durften – gleichzeitig war die Rüttelbeständigkeit für Schlechtwegerprobung bei jeder möglichen Temperatur natürlich Voraussetzung. Heraus kam nach vier Monaten Projektarbeit ein Powerbiest für Extrembedingungen mit einer hochkomplexen Batterielogik.



ZORAN  
CUTURA

GESCHÄFTSFÜHRER STAR ELECTRONICS



» Wir verstehen die Herausforderungen des modernen Markts und können so kundenspezifische Lösungen bieten, die die Trends unserer Branche bedienen. STAR als Entwicklungsdienstleister begleitet Kunden von der Anfangs- bis zur Endphase. Somit ermöglichen wir ihnen, ihre Konzepte ganzheitlich und erfolgversprechend umzusetzen. «

### » INBETRIEBNAHME EINES HOCHVOLTLADEPRÜFSTANDS «

## TONNENSCHWERES MANAGEMENT

STAR COOPERATION entwickelte einen Hochvoltladeprüfstand mit Netzsimulation für die Typisierungen von Elektrofahrzeugen weltweit.

Ziel war es, spezifische Stromnetzformen unterschiedlichster Länder zu simulieren und die resultierende elektrische Ladebilanz zu protokollieren. Zusätzlich sollten an einer frei programmierbaren Schnittstelle Netzfehler simuliert werden können. Dies hieß für sechs STARS über mehrere Monate hinweg: Ausarbeitung eines Konzepts,

Aufbau- und Inbetriebnahme der Anlage und das umfassende Projektmanagement. Eine große Herausforderung war die Anlieferung eines 1,5 Tonnen schweren Prüfstands in das Obergeschoss des Automobilherstellers. Die Mühen haben sich gelohnt: Mit dem neuen Prüfstand kann unser Kunde nun Aussagen über Reichweite und Verbrauch seiner Elektrofahrzeuge treffen. Darüber hinaus kann er Fehler beim Laden simulieren, um gegebenenfalls Fahrzeugkomponenten abzu prüfen.



## DIGITALISIERUNG AUF ZWEI RÄDERN

» CAN-BUSSYSTEM FÜR MOTORRADHERSTELLER «

Nicht nur für Fahrzeuge mit vier Rädern gilt STAR COOPERATION als Innovationsschmiede, auch im Zweiradsegment tüfteln STARS erfolgreich. Das beweist ein aktuelles Projekt: Neben PKWs steigt der Elektronikeinsatz auch bei Motorradherstellern – sie müssen die Elektronik bei ihren Zweirädern vermehrt weiterentwickeln. Um sowohl mehr Leistung als auch mehr Sicherheit zu garantieren, werden heute viele Motorräder mit ABS, elektronischer Einspritzung, Lademanagement als auch Fahrwerksensoren versehen.

Seit einiger Zeit gehen immer mehr Hersteller zu einem CAN-Bussystem über, das Vorteile für die Zukunft bringt. Hier stehen Themen wie Automatikgetriebe, Fahrerassistenzsystem oder sogar Elektrifizierung mit Elektroantrieben auf der Agenda. Um diese komplexen Daten in der Entwicklung der hochmodernen Zweiräder auslesen zu können, braucht man moderne Methoden und Mittel. STAR hat mit dem FlexConfig Analyzer ein Tool entwickelt, das der erste Motorradhersteller bereits einsetzt. Der über Bluetooth kabellose Datenabruf der CAN-Busse ist

genauso praktisch wie die Visualisierung und das Loggen der Daten auf einem Tablet. Sobald die Zündung angeschaltet ist, kann unser Kunde alle am Motorrad verfügbaren Sensoren- und Steuergerätedaten auslesen, speichern sowie auf einem Tablet anzeigen lassen. Mit Halterungen lässt sich das Erprobungsgerät am Lenker befestigen und so auch während der Fahrt im Auge behalten. Spezielle Erprobungssoftware verarbeitet die Daten weiter und werten sie aus.

### 2 JAHRZEHNTE FORTSCHRITT: DAMALS REVOLUTIONÄR – HEUTE ALLTAG

Wie schnell sich in der Automobilbranche Technologien entwickeln, ist beispielsweise daran zu erkennen, welche Neuheiten vor 20 Jahren die Fahrzeugwelt revolutionierten. Der Toyota Prius, der 1997 auf den Markt kam, war das erste in Serie produzierte Auto mit Hybridantrieb. Mittlerweile ist der Prius bereits in



DIE ZUKUNFT HAT  
BEGONNEN

vierten Generation erhältlich. Ebenfalls positiv für die Umwelt war eine weitere Innovation aus dem Jahr 1997: Das Common-Rail-System (CRS) sorgte für verminderten Kraftstoffverbrauch und weniger Schadstoffausstoß bei Dieselmotoren.

## EINE HALLE, DIE ALLES KANN

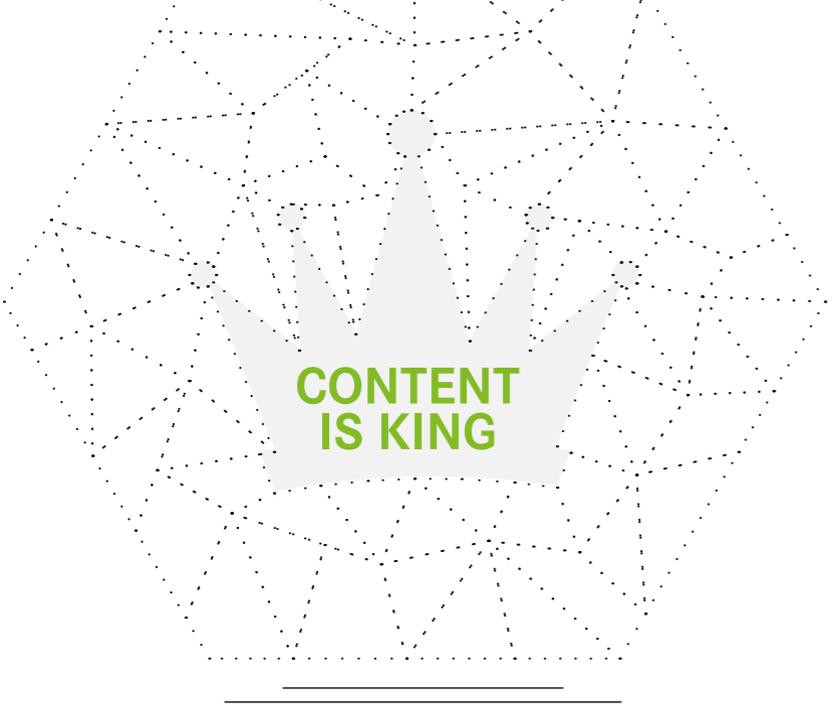
» VIRTUAL REALITY IM REALITY-CHECK «

Eine Halle mit Multifunktionsanspruch: Das wollte unser Kunde seinem Auftraggeber bieten. Deshalb stellte er STAR COOPERATION vor die Herausforderung, Ästhetik und Funktionalität unter einen Hut zu bekommen. Denn der Raum sollte sowohl als Arbeitshalle als auch Versammlungssaal dienen. Doch wie lässt sich die Wirkung von gestalterischen Elementen betrachten, bevor sie tatsächlich eingebaut sind? Am besten mittels VR, also Virtual Reality. Mit dieser Lösung war der gesamte Planungs- und Entwicklungsstand zu jeder Zeit für den Kunden virtuell begehbar. Zudem bot sie ein gemeinsames Betrachtungstool für die verschiedenen Interessengruppen, wie Archi-

tekten, Planungsbüros oder TGA-Verantwortliche. Besonders für die flexible Bestuhlung, bei der mehr als 3.000 Personen einen Vortrag verfolgen können sollten, war die VR-Optimierung der Sitz- und Leinwandpläne elementar. Des Weiteren konnten optische Elemente, wie eine leuchtende Deckenverkleidung oder geschwärzte Rohrelemente, auf ihren tatsächlichen Eindruck hin geprüft werden. Das Fazit des Kunden? Die maßgeschneiderte VR-Lösung von STAR war ein voller Erfolg!



» VR MIT WEITBLICK «



**CONTENT  
IS KING**

» TRENDS VON DEN MARKETING & SALES-EXPERTEN «

# DIE MACHT DES LEAD MANAGERMENTS

Beim sogenannten „Lead“ handelt es sich um einen Interessenten für ein Produkt oder ein Unternehmen. Dieser hat den Werbetreibenden seine Adresse und andere Daten aus freien Stücken überlassen, wodurch ein Dialog aufgebaut werden kann. Dadurch steigt die Wahrscheinlichkeit, dass dieser Lead zum Kunden wird. Im Fokus des Leadmanagements stehen also die Generierung von Neukunden und die Entwicklung des Leads, bis dieser zum Käufer wird.

## LEAD GENERIERUNG

Die optimale Lead Management Strategie trägt zu einem großen Teil dazu bei, dass Vertrieb und Marketing gemeinsam erfolgreich sind. Wenn die jeweiligen Prozesse von Vertrieb und Marketing aufeinander abgestimmt und eng zusammengeführt werden, bedeutet dies einen großen Vorteil im Wettbewerb um den Markt und um Kunden. Am Anfang des Lead Management Vorgangs steht die Lead Generierung. Das Produkt bzw. Unternehmen wird von einem Interessenten gefunden, etwa über eine Homepage. Darum sollte diese suchmaschinenoptimiert sein. Außerdem muss der Inhalt der Homepage den Bedürfnissen des potentiellen Kunden entsprechen. Dies ist der erste Kontakt, bei dem es essentiell ist, dass der User seine Daten freiwillig herausgibt – angetrieben durch Attraktivität und Angebote. So wird der Interessent zum Lead. Diesen gilt es nun, zum Kunden zu machen.

## LEAD NURTURING

Danach folgt das Lead Nurturing, also das „Pflegen“ des neuen Leads, indem dieser zugeschnittene Informationen erhält, die ihn zum Kauf leiten sollen. In gewissen Abständen bekommt der Lead bestimmte Informationen, je nachdem, wo er sich im Entscheidungs- bzw. Kaufprozess befindet. Das Unternehmen kann diese Kontaktaufnahmen außerdem dazu nutzen, weitere Daten des potentiellen Kunden zu generieren. Damit wird das Profil des Interessenten nach und nach vervollständigt.

## LEAD SCORING

Anschließend soll der Lead zum Kaufabschluss geleitet werden, an der Reihe ist nun das Lead Scoring. Der Interessent wird nun bewertet, um herauszufinden, ob dieser sich für ein bestimmtes Verkaufsziel eignet. Das Profil, das sich nach und nach weiterentwickelt hat, enthält Daten, für die Werte vergeben werden. Auch eventuelle Downloads des Interessenten werden registriert und bewertet.

## LEAD ROUTING

Das Bewertungssystem wird gemeinsam von Vertrieb und Marketing entwickelt. Es wird entschieden, wie die Werte einzuordnen sind und wann der Interessent vom Marketing an den Vertrieb übergeben werden kann. Dies ist das sogenannte Lead Routing. Dabei sollen alle essentiellen Informationen über den Lead vom Marketing an den Vertrieb übergeben werden, damit die Strategie, um den Lead zum Kauf zu bewegen, optimal angepasst werden kann.

## » DIE RICHTIGE ANSPRACHE ZUM RICHTIGEN ZEITPUNKT «

### LEAD MANAGEMENT

Das Lead Management als Oberbegriff enthält all diese einzelnen Schritte (Generierung, Nurturing, Scoring und Routing), von der Zielsetzung ganz am Anfang bis hin zum Abschluss. Wurde der Prozess einmal komplett durchlaufen und der Lead wird zum Kunden, so kann der Prozess auch wieder am Anfang starten und eine neue „Runde“ kann beginnen. Zusätzlich wird nach Abschluss bewertet, ob sich der Kunde für ein Up-Selling- oder Cross-Selling-Angebot eignet, also für hochwertigere oder andere Angebote. In diesem Fall wird der Kunde wieder zu einem neuen Lead und der Prozess startet ebenfalls von vorn. Im Fokus des gesamten Prozesses steht natürlich der Content. Dieser muss relevant für den Interessenten sowie angemessen sein und eine deutliche Handlungsaufforderung für den Kunden beinhalten.

**Wer seine Interessenten kennt, kann schnell den Rest herausfinden, die Informationen sinnvoll verarbeiten und weiterreichen – wie ihre Position im Unternehmen, ihre Essgewohnheiten oder auch ihre Lieblingsfilme. Eine Möglichkeit, einen Kunden für sich zu gewinnen, bietet das Lead Management.**

### MARKETING AUTOMATION SYSTEME

Ein weiteres mögliches Tool im Lead Management Prozess stellen – wenn es zukünftige Datenschutz-Anordnungen zulassen – Marketing Automation Systeme dar. Diese bieten die Chance, Kunden passende Angebote und Inhalte bereitzustellen. Denn ihr Nutzerverhalten gibt Aufschluss darüber, welche Präferenzen sie haben. Dementsprechend können Inhalte individuell aufbereitet und Elemente grafisch auf die Interessenten zugeschnitten werden. Bei Angeboten werden die Kunden in verschiedene Nutzergruppen unterteilt, sodass sie unter Umständen zu weiteren Käufen angeregt oder überzeugt werden können.

### CUSTOMER JOURNEY

Wichtig ist es, die zugeschnittenen Inhalte in den richtigen Phasen der Customer Journey einzusetzen. In der sogenannten Awareness-Stage, also der Phase, in der ein Kunde zum ersten Mal auf ein Problem stößt, müssen zunächst verkaufsneutrale Informationen, wie Testergebnisse oder Studien, geliefert werden, um den Kunden nicht abzuschrecken.

Sucht der Lead nach Möglichkeiten, um sein von ihm definiertes Problem zu lösen, beginnt die Consideration Stage. Hier spielt die Keyword-Suche eine zentrale Rolle. Während der zukünftige Käufer seine Recherche fortführt gilt es, in einem Marketing Automation Tool seinen Leadscore anzupassen, um ihn weiter zu qualifizieren. Wenn der Lead sich entschieden hat, welche Lösungsmöglichkeiten für sein Problem in Frage kommen, folgt die Decision Stage. Folglich sucht der potentielle Käufer nach Empfehlungen und Daten, um eine endgültige Entscheidung für ein Produkt zu treffen. Er vergleicht Angebote, Leistungen und Preise, die er anschließend auswertet. Auf seiner Suche begegnet er beispielsweise Vergleichsplattformen oder Probeangeboten.



**RAMONA  
KADEN**

**GESCHÄFTSFÜHRERIN**  
STAR PUBLISHING  
STAR DISTRIBUTION

» Mit Marketing Automation, Customer Journey und Lead Management sind wir auf dem besten Weg, die Potenziale, die uns diese Maßnahmen bieten, voll auszuschöpfen. Wer es während der heutigen schnelllebigen Zeit schafft, fortschrittlich zu denken, kann seinen Kunden mit innovativen Strategien dauerhaften Mehrwert bieten. «

Im besten Fall erhält er einen Tag nachdem er eine Preisübersichtsseite besucht und ohne etwas zu kaufen verlassen hat, einen Gutscheincode oder eine andere relevante Nachricht per E-Mail. Ein optimales Marketing Automation Tool legt den Fokus im Lead Management also vor allem auf das Lead Nurturing und entwickelt hierzu passende Kampagnen. Außerdem sollte das Tool auch Besucher-Tracking auswerten und für den Vertrieb Aufgaben für Follow ups definieren. Marketing Automation kann damit den Vertriebsprozess mit sofortiger Wirkung optimieren und dessen Zukunft komplett neu definieren.

**Im Bereich Medien und Marketing hat sich einiges getan – STAR berät und unterstützt ihre Kunden durch geeignete Maßnahmen wie Lead Management dabei, up to date zu bleiben und die Chancen für sich zu nutzen, die die Digitalisierung bietet. Ob manche Geschäftsmodelle durch die bevorstehenden Gesetzesveränderungen im Datenschutz kurzfristig noch erfolgreich sind oder nicht mehr existieren, STAR bleibt als einer der frühen Begleiter des Marketing Automation Trends mit zertifizierten Consultants und toolunabhängigen Beratern am Ball – und wird seine Kunden auch bei zukünftigen Entwicklungen optimal beraten.**

» VERKAUFLITERATUR IN PRINT UND APP «



## INTERNATIONALE STEUERUNG

**Böblingen, 09. August 2017 – Die Experten für Marketing & Sales der STAR COOPERATION freuen sich über einen großen Pitch-Erfolg. Die Böblinger Medienmanager sicherten sich den weltweiten Mediensteuerungs-Etat für die Verkaufsliteratur der BMW Group und überzeugten dabei mit ihrem professionellen Konzept zu content-basiertem Publishing.**

Für den Münchner Konzern übernimmt die STAR COOPERATION die Steuerung der weltweiten Verkaufsliteratur für Fahrzeuge, Motorräder und Zubehör fast aller Konzernmarken. In enger Zusammenarbeit mit dem Auftraggeber, Kreativ- und Produktionsagenturen sowie Überset-

zungsdienstleistern sorgt ein großes Team aus erfahrenen Medienmanagern dafür, dass die Verkaufsorganisationen rund um den Globus die benötigten Verkaufsmaterialien in bis zu 32 Sprachen erhalten.

„Vom zweiseitigen Flyer bis zum umfangreichen Gesamtkatalog gibt es hier zahlreiche Medienvarianten, die wir mit unserem systembasierten Ansatz berücksichtigen müssen“, skizziert Marina Pepaj, General Manager bei STAR PUBLISHING und hauptverantwortlich für die Pitch-Umsetzung, das Projekt. „Und das betrifft nicht nur Printmaterialien, sondern auch die dazu passenden Inhalte für verschiedene mobile Apps.“ „Derzeit sind wir in der Übergangsphase und ergänzen

unser schon in München ansässiges Team mit weiteren Medienmanagement-Experten, bevor wir gegen Ende des Jahres das Projekt komplett übernehmen“, fügte Ramona Kaden, Geschäftsführerin von STAR PUBLISHING, hinzu.

Im mehrstufigen Pitch-Prozess, der sich über fast ein Jahr hinzog, konnte sich die STAR COOPERATION letztlich nicht nur gegen zahlreiche Branchenschwergewichte, sondern auch gegen den bisherigen Etathalter durchsetzen. „Wir sind sehr froh, dass wir mit unserem Konzept überzeugen konnten und freuen uns auf eine spannende Zeit mit der BMW Group“, kommentierte Marina Pepaj den Pitcherfolg.

» DAS GANZE UNTERNEHMEN IN EINER APP «

STAR unter Zeitdruck: Durch die Gründung einer Tochterfirma wollte ein deutsches Großhandelsunternehmen in der Lebensmittelbranche schnellstmöglich den Bereich Digitalisierung auszubauen und somit auch neue Geschäftsmodelle für den Bereich Hospitality zu bieten. Die STARS bekamen den Zuschlag und standen damit vor einem unbeschriebenen Blatt. Denn unter anderem mussten sie eine Corporate Identity, ein Branding für den Markenauftritt und das Design für sämtliche Marketingmittel erarbeiten. Schließlich sollten diese auch noch produziert werden – und die Zeit war knapp bemessen. Neben der Hauptwebsite für das Tochterunternehmen wurden ebenso Websites für verschiedene Eigenmarken programmiert. Der aktuelle Code der Sales App für den digitalen Vertrieb der eigenen sowie der Partnerangebote wurde überarbeitet. Dies ermöglichte Echtzeit-Dokumentation, Lead Generierung und eine Schnittstelle zwischen Salesforce und Pitcher mit automatischer Datenübertragung. Alle Lösungen sind somit in einer App vereint – für STAR ein Erfolg, der unserem Kunden einen großen Mehrwert bietet.



## HOSPITALITY NEU GEDACHT

## CONSULTING MIT LANGZEITWIRKUNG

» SOFTWARE FÜR NACHHALTIGE IT-STRATEGIE «

Ein Kunde aus dem Bereich Sanitär, Heizung und Klima hat STAR mit einer kniffligen Aufgabe beauftragt: Eine geeignete PIM-Software finden, die es ermöglicht, Produktdaten in einer Datenbank zu verwalten und gleichzeitig E- und Print-Kataloge automatisiert auszugeben – und das alles in mehr als zehn Sprachen. Doch damit nicht genug: In den Entscheidungsprozess waren drei Geschäftsführer eingebunden, die jeweils einen anderen Fokus bei der Bewertung haben. Deshalb galt es, alle Interessen abzudecken. Innerhalb von neun Monaten gelang es STAR COOPERATION, die internationalen Marketingprozesse zu analysieren und ein Big Picture für die IT-Systemlandschaft sowie die neuen

Marketingprozesse zu entwickeln. Aus den Anforderungen leiteten sie ein Lastenheft ab, analysierten ein Marktscreening relevanter SW-Anbieter und fanden eine geeignete Software, die den Anforderungen des Kunden gerecht wird. Nicht zuletzt konnte durch die Entwicklung des Big Pictures eine langfristige IT-Strategie geschaffen werden. Durch das hohe Markt-Know-how waren die STARS in der Lage, gleichwertige Softwareanbieter zu selektieren, was in der finalen Anbieterauswahl die Verhandlungspositionen deutlich stärkte. Das Ergebnis: Die Preisnachlässe überstiegen deutlich die Kosten für die Consultingleistungen.

# „MOBILE FIRST“ BESTE AUSSICHTEN

» TRENDS VON DEN MARKETING & SALES-EXPERTEN «

Auch wenn eine Homepage auf einem üblichen Computer-Desktop korrekt angezeigt wird, sollte es dennoch möglich sein, auf einem Smartphone mit der gleichen URL ebenfalls ein optimales visuelles Ergebnis zu erhalten. Hier kommt das Stichwort Responsive Webdesign (RWD) ins Spiel. Der Internetnutzer kann den Inhalt der Homepage ganzheitlich aufnehmen – „Form follows function“. Dass Responsive Webdesign leider längst noch nicht bei allen Unternehmen angekommen ist, erlebt jeder Internetnutzer oft selbst am eigenen Smartphone, wenn er damit beispielsweise die Öffnungszeiten eines Restaurants auf dessen Homepage herausfinden möchte. Dabei zeigt uns der Markt, dass Responsive Webdesign nur eine obligatorische Grundlage sein sollte.

Die Marktanteile von Smartphones und Tablets steigen stetig, weshalb es umso wichtiger ist, sich mit dem Thema „Mobile First“ zu beschäftigen. „Mobile First“ bedeutet, davon auszugehen, dass mehr Nutzer eine Homepage mit einem Smartphone oder einem Tablet betrachten als über einen Computer-Desktop. Deshalb wird der Fokus primär auf die optimierte Version für mobile Endgeräte gelegt, erst anschließend werden stückweise die Erweiterungen für andere Endgeräte eingeführt. Wer sich weder mit Responsive Webdesign noch „Mobile First“ auskennt, hat ein Problem, denn: „Mobile First“ entwickelt sich aktuell zu „Mobile Only“. Der Hintergedanke dabei ist, dass die Internetnutzung bei mobilen Endgeräten stetig steigen wird. Deshalb liegt vor allem bei Internetwerbung der Fokus schon lange auf mobiler Optimierung. Wichtig ist bei „Mobile Only“ eine sinnvolle und ganzheitliche Umsetzung. Handelt es sich um einen Onlineshop, ist es wichtig, dass die sogenannten „Mobile Only“-App nicht nur ihren Zweck erfüllt, sondern von A bis

Z an alles gedacht wurde. Es ist essentiell, dass alle wichtigen Funktionen wie Suche, Artikelanzeige, Kontodaten, Adressen, Bestellabwicklung etc. einwandfrei funktionieren. Genauso sollte aber auch vorausgesetzt sein, dass die App übersichtlich, einfach zu bedienen und schnell ist sowie dem Kunden praktische Mehrwerte bietet.

Die Branche bewegt darüber hinaus das Thema Web App vs. Native App. Eine Native App (zu Deutsch, eine angepasste Anwendung) ist eine App, die speziell für ein Betriebssystem, also iOS oder Android, entwickelt wurde und üblicherweise im jeweiligen App-Store erhältlich ist. Eine Web App ist im Prinzip eine Responsive Website, die erkennt, von welchem Endgerät zugegriffen wird und dadurch optimiert angezeigt wird. Großer Vorteil hierbei ist natürlich, dass man somit keine anbieterabhängige App hat und mehr potentielle Nutzer erreicht. Damit ist auch keine Zulassung für App-Stores nötig. Somit sind schnellere Updates möglich. Da Native Apps jedoch für ein bestimmtes Betriebssystem optimiert sind, bieten diese dadurch komplexere Möglichkeiten. Auf diese Weise kann die App auch direkt auf die Kamera des Endgeräts zugreifen.

Die STAR-Teams behalten den Überblick über alle Trends der Branche. Um diese Aktualität für ihre Kunden zu gewährleisten, wissen die STARS, was ein kurzer Trend ist und was nachhaltig bleiben wird – und haben optimale Sicht im Daten-Dschungel.

» RESPONSIVE  
WEBDESIGN  
FÜR ALLE ENDGERÄTE «

Unsere Arbeitswelt ist von IT geprägt. Wie wir das Internet und Apps nutzen, wandelt sich stetig. Statt jeden Schritt an einem stationären Endgerät zu bearbeiten, wird vermehrt unterwegs, oft auf Smartphones oder Tablets, gearbeitet.

# GEHEIMREZEPT FÜR ERFOLGREICHEN DIGITALEN WANDEL

Willkommen in der Innovationsküche (der „Innovationswerkstatt“) der STAR COOPERATION. Hier treffen sich die STARS, um in kreativer und einzigartiger Atmosphäre an bahnbrechenden Konzepten und revolutionären Produkten zu tüfteln. Auch die Experten aus dem STAR-Leistungsfeld Medien kochen hier mit geballter Expertenpower ihr Süppchen. Auf der Speisekarte: DAS Geheimrezept für erfolgreichen digitalen Wandel. Höchste Zeit, den Köchen in die Töpfe zu schauen – und den richtigen Zutaten auf den Grund zu gehen.

## ZUTATEN

geballtes Expertenwissen «  
ein großer ThinkTank «  
eine Prise Start-up-Flair «  
ein paar gehäufte Löffel Innovation «  
eine ordentliche Portion Design Thinking «  
100 Prozent Customer Centricity «



**VORBEREITUNGSZEIT**  
spätestens seit der Erfindung des World Wide Web



**ZUBEREITUNGSZEIT**  
so lange, bis Kunden begeistert sind  
– und darüber hinaus



**ARBEITSZEIT**  
gestern, heute und morgen

## UND SO GEHT`S

- 1** Geballtes Expertenwissen in einem ThinkTank ordentlich mixen und eine Prise Start-up-Flair hinzufügen. Es sorgt für eine Aufbruchsstimmung – mit viel Mut, Leidenschaft und tollen Ideen für neue Wachstumsfelder und Geschäftsmodelle.
- 2** Jetzt Innovation großzügig unterrühren. Keine Sorge: Damit müssen Sie nicht sparsam umgehen, es darf auch gerne ein bisschen mehr sein. Damit alle über den Tellerrand schauen.
- 3** Gute Ideen brauchen Zeit – und die richtige Methodik. Fügen Sie deshalb den Denkansatz Design Thinking hinzu: Er macht die Sicht des Nutzers mit seinen Wünschen, Bedürfnissen und Zielen sichtbar. Damit Sie kreativ, innovativ und gleichzeitig nah an Ihrem Kunden bleiben.
- 4** Apropos Kunde: Er ist die Geheimzutat, damit Ihr Rezept auch gelingt. Sozusagen die Kirsche auf Ihrem Eisbecher. Customer Centricity gehört deshalb in jedes Geheimrezept für digitalen Wandel. Was hinter dieser Zutat steckt? Ganz einfach: Vertriebs- und Marketingkonzepte, die den Kunden in den Mittelpunkt des Interesses rücken – nicht das Produkt.
- 5** Mit zukunftsorientiertem Denken garnieren – fertig!  
Am besten so heiß wie möglich servieren und mit vielen teilen.

**Wir wünschen einen guten Appetit  
auf die Konzepte von morgen!**

» MOTIVATION FÜR INNOVATION «

WERTE SCHAFFEN UND

WERTE LEBEN

# GRÜN – MEHR ALS NUR EINE FARBE

Beinahe alles, was wir heute über das Universum – und damit auch die Sterne – wissen haben wir aus dem Licht gelernt. Und man ist sich einig: Sterne sind gelb, weiß oder maximal noch orange. Doch was ist bitte GREEN STAR? Hinter dem Namen verbirgt sich ein Marketinginstrument für die Managementsysteme Qualität, Umwelt und Energie. Denn ein innovatives Unternehmen zeichnet sich nicht nur durch seine Außenwirkung aus. Deshalb ist es bei STAR unser Ziel, auch bei unseren internen Prozessen so „grün“ wie möglich zu sein. Eine Zertifizierung des Umweltmanagementsystems nach DIN EN ISO 14001 und des Energiemanagementsystems nach DIN EN ISO 50001 zeigt unseren Kunden, Mitarbeitern und Stakeholdern, dass wir unsere Umweltleistung

LOOK – THINK – FEEL

GREEN

und Energieeffizienz systematisch managen, und demonstriert Verantwortung gegenüber der Umwelt. Durch jährliche periodische Audits und Rezertifizierungen verfolgen wir einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess. Durch und mit Umweltmanagement (Anpassungen, Wartungen etc.) wird Umweltbewusstsein auch bei STAR FACILITY groß geschrieben und das „grüne“ Motto umgesetzt. Mit der Mitarbeiter-Arbeitsgruppe GREEN STAR verfolgen wir ein ressourcenschonendes und nachhaltiges Wirtschaften und Handeln in den Köpfen unserer STARS – und sind ständig auf der Suche nach neuen, motivierten Kollegen, die mit uns nachhaltige Ideen und Konzepte umsetzen.

## » LOGISTIK MADE IN USA «

Sowohl Bordliteratur- als auch Beistellteil-lieferanten bleiben im kommenden Jahr bestehen. Außerdem soll es eine Erweiterung des strategischen Kundenportfolios im Bereich Logistik/Sequenzierung um zwei weitere OEM-Accounts geben: Die Rede ist vom STAR-Standort USA. Damit ist der Standort auch 2018 wieder gut gerüstet, um sich als das Hub für unsere Logistik und Medien STARS der NAFTA-Region zu etablieren und weitere Kunden von unserem Leistungsportfolio in Übersee zu überzeugen.

STANDORT MIT  
ZUKUNFT





## STATE OF THE SALES-ART

» ZUKUNTSFÄHIGE VERTRIEBS-APP «

STAR COOPERATION hat in den letzten drei Jahren eine native iOS-App weiterentwickelt, die ursprünglich für einen Kunden aus der Pharmabranche ins Leben gerufen wurde. Eine Digitalisierung des Vertriebs, ein zukunftsorientierter Markenauftritt, die Bereitstellung aktueller Informationen sowie eine zentrale Verwaltung des Contents sind Anforderungen, die heutige Sales-Apps erfüllen müssen.

Die aktuelle Version dieser native iOS-App von Ende 2017 wurde jetzt an das STAR Design angepasst und für unseren Vertrieb optimiert. Das Ergebnis: Ein persönliches Frontend mit charakteristischen Funktionen trifft auf ein innovatives Backend mit eigenem CMS und Content. So können beispielsweise 3D-Apps oder Office-Dokumente problemlos integriert und zentral verwaltet werden.



## » SOFTWARELÖSUNG FÜR INTERNATIONALE UPDATES «

**STAR macht es möglich: Eine universelle Softwarelösung, in der der Kunde in einem Webbrowser seine Korrekturen oder Inhalte selbst anpassen kann und diese dann automatisch in die Originaldatei übertragen werden?** Klingt zu schön, um wahr zu sein! Doch davon lassen sich die STARS nicht aufhalten: Für unseren Kunden, einen Full-Line-Anbieter im europäischen Omnibusmarkt, galt es, regelmäßige Zentralaktionen zu erstellen und diese länderspezifisch online anzupassen – ohne eine spezielle Software installieren zu müssen. Von der Systembereitstellung bis hin zur Mastererstellung im deutschen Markt inklusive Druckdatenerstellung und Produktionssteuerung arbeiteten unsere Experten rund um die Uhr an einer Lösung, die den Kunden begeistert – und es ihm nun ermöglicht, unkompliziert global zu handeln.



## MULTICHANNEL MARKETINGSTRATEGIE

» KONZEPTION, KREATION UND UMSETZUNG «

» Für Unternehmen beinhaltet die neue europäische Datenschutzgrundverordnung Herausforderungen. Für unsere Branche ergeben sich dadurch aber auch zahlreiche Möglichkeiten. Es gilt, sowohl diese Möglichkeiten als auch die Herausforderungen als Chance zu verstehen und die positivsten Verbesserungen daraus zu entwickeln. «

**BENJAMIN HILLSCHER**  
GENERAL MANAGER  
SENSE & IMAGE

**Eine neue Marketingstrategie muss her. So auch bei einem unserer Kunden aus der Pharmabranche, der seine bestehenden Inhalte aus App und Newslettern zeitgemäß aufbereiten wollte. Um dies umzusetzen, machten sich die STAR-Experten an Konzeption, Kreation und Umsetzung einer Onlinekampagne mittels eines Marketing Automation Tools. Ebenso wurden Informationen für die Kunden unseres Kunden grafisch aufbereitet als auch kostenlos bereitgestellt.**

Es folgte eine technische Implementierung des Marketing Automation Tools Marketi sowie von Google und eine Integration der Formulare über Google Forms. Um das User-Verhalten effektiver erfassen zu können – in der heutigen Zeit besonders wichtig – wurden Aufbau und Inhalte des Webauftritts in eine sinnvolle Struktur gebracht. Zudem soll ab sofort ein initialer Newsletter dem Tracking von Usern dienen. Damit schufen die STARS eine ausgeklügelte Verbindung digitaler und analoger Maßnahmen, die die Vertriebsmaßnahmen des Kunden auf ein ganz neues Level bringen.

## » EIN MUST-HAVE IN DER HEUTIGEN LOGISTIK «

Gerade die Logistik beschäftigt sich zunehmend mit den Herausforderungen rund um den Themenkomplex der „Supply Chain Visibility“, also der Schaffung von nachhaltiger Transparenz in globalen Lieferketten durch die Integration und Konsolidierung von relevanten Prozesspartnern und Daten über die komplette Netzwerkstruktur hinweg. Denn: Ein hoher Grad an Transparenz über Bestände, Warenströme und Prozesspartner ermöglicht die Etablierung von proaktiven Mechanismen und deutlichen Verbesserungen in den Bereichen Planung, Ressourcen und Prozessstabilität. Dies resultiert nicht zuletzt in deutlich weniger Überraschungen, sondern natürlich auch in deutlich zufriedeneren Kunden. Abgesehen von der Paketzustellung beim Endkunden ist Supply Chain Visibility auch für Konzerne besonders interessant. Es ist also wichtig, dass Ware ständig fließt. Dies ist allerdings nur möglich, wenn die Daten der auf die jeweilige Supply Chain wirkenden Einflussfaktoren in einem Control Tower zusammengeführt werden, allen Beteiligten zu Verfügung stehen und somit (zentral) analysiert und bewertet werden können. Vom Wetter bis zum Verkehr: Je größer die Datenmenge ist, umso besser kann auf gewisse Gegebenheiten, die im Umfeld des Warenstroms passieren, reagiert werden. Es gilt, die diversen Störgrößen ausfindig zu machen und im Sinne eines proaktiven Risikomanagements abzuwägen,

» TRENDS VON DEN MARKETING & SALES-EXPERTEN «

# SUPPLY CHAIN VISIBILITY

In Zeiten der zunehmenden Bestellbarkeit von Waren über das Internet stößt jeder früher oder später auf das Problem, bei Lieferung des Päckchens nicht anwesend zu sein. Viele Paketdienstleister reagieren auf die neue Situation bereits mit Lösungen, die es dem Kunden ermöglichen, in den eigentlich standardisierten Prozess einzugreifen. Ob per Trackingverfolgung des Postboten oder durch die Möglichkeit, eine Abstellgenehmigung für die Garage anzugeben – die Handlungsmöglichkeiten des Kunden erweitern sich stetig.

ob diese für den jeweiligen Warenstrom eine Gefährdung darstellen oder nicht. Für den Fall einer Gefährdung sollen Maßnahmen zielgerichtet und möglichst automatisiert eingeleitet werden, um ein Maximum an Effizienz sicherzustellen und den Einsatz von Personalressourcen gleichzeitig auf wirklich kritische Situationen zu beschränken – „Managed by Exception“ ist hier der Leitsatz.

Eventuelle Fehler sind dann ersichtlich, wenn die Lieferkette bestmöglich zu durchschauen ist. Je besser dies funktioniert, umso früher lassen sich Nachteile oder Fehler erkennen und desto schneller kann diesen entgegengewirkt werden. Erst dann spricht man von Supply Chain Visibility. Dazu ist nötig, dass Prozesse funktionsübergreifend ausgeführt werden und die Schnittstellen klar definiert sind. Damit die wesentlichen Daten in Echtzeit zugestellt werden, werden IT und Datensysteme aller Beteiligten an einer Supply Chain vereinheitlicht.

Doch obwohl die Größe der Datenmenge eine sehr wichtige Rolle bei der Eliminierung von Störgrößen spielt, ist diese allein nicht der Schlüssel zum Erfolg. Wichtig ist, aus den gegebenen Systemlandschaften die relevanten Daten herauszuziehen, zu aggregieren und gleichzeitig vor dem Hintergrund der jeweils individuellen Rahmenbedingungen und Risikostrukturen zu bewerten. Die Herausforderung liegt also darin, die richtigen Daten zu einem Zeitpunkt X

aus den Systemen zusammenzustellen und intelligent zu verknüpfen. So kann aus einer Information über „Paket 1“ in Verbindung mit „Paket 2“ eine „Information 3“ entstehen. Es muss entschieden werden, wann dieser Datensatz wem zur Verfügung steht, damit Handlungsspielraum geschaffen werden kann. Gibt man diese Informationen aus der Logistik also an das Marketing weiter, so kann diese „Information 3“ clever genutzt werden. Durch Verknüpfung der beiden Felder erschließen sich völlig neue Vermarktungsmöglichkeiten für den Vertrieb der Zukunft. Dass diese Vermarktungsmöglichkeiten, die unter anderem aus Feedbackkultur, konkreten Nutzerempfehlungen und Empfehlungsrichtlinien bestehen, zukünftig unser Kaufverhalten bestimmen, ist heute schon erkennbar. Konservative Institutionen wie Schufa und TÜV könnten bald durch neue, digitale Bewertungsmodelle abgelöst werden. Die Tatsache, dass der Warenstrom in der Welt stetig zunimmt und kleinere Losgrößen bis hin zu „Stückzahl 1“ auch im B2B-Bereich mehr an Bedeutung gewinnen – die Kapazitäten aber nicht proportional mitentwickelt werden – stellt viele Unternehmen zunehmend vor eine Herausforderung. Immer wieder neue intelligente Möglichkeiten müssen geschaffen werden,

- um am Ende des Tages dem Kunden Rechnung tragen zu können und logistische Prozesse automatisiert zu analysieren und
- um eine nachhaltige Transparenz herzustellen und durch Managed by Exception vorhandenes Personal zielgerichtet und effizient einsetzen zu können.

Deshalb bietet der Bereich Logistik der STAR ihren Kunden die Möglichkeit, aus ihrem Standard ausbrechen zu können und logistische Prozesse automatisiert zu analysieren. So stellen sie eine nachhaltige Transparenz her und setzen vorhandenes Personal dank Managed by Exception zielgerichtet und effizient ein.





BERATEN.  
GEPLANT.  
GEMACHT.

**NUR BEAMEN  
GEHT SCHNELLER**

Hohes Wachstumspotential in der Räder- und Reifenlogistik bei gleichzeitig gewachsenen Lagerstrukturen waren bei einem namhaften Automobilunternehmen aus Süddeutschland der Anlass, seine Logistikkabläufe in diesem Bereich neu auszurichten. Ziel unseres Kunden war es, Lagerflächen effizient zu konsolidieren, Schnittstellen zu reduzieren, die Abwicklungsflexibilität zu erhöhen sowie Prozesstransparenz zwischen allen Projektbeteiligten sicherzustellen. Die Aufgabe für die Logistik-Experten der STAR COOPERATION lautete also, gemeinsam mit dem Kunden ein ganz-

» RÄDER, REIFEN, LOGISTIK «

heitliches Logistik- und Servicekonzept zu entwickeln, das Wachstum und Innovation in diesem Bereich für die Zukunft sicherstellt.

Hierfür wurden unter anderem zwei neue Standorte auf- und umgebaut, eine am Gesamtprozess ausgerichtete Reifenregalanlage geplant und errichtet sowie die Lagerstruktur und alle Prozesse gesamtheitlich konzeptioniert – auf mehr als 6.000 Quadratmetern effizient genutzter Lagerfläche werden nun mehr als 10.000 Materialnummern gelagert. Dank des Betriebs der Lagerstandorte, der Komponentenmontage, der saisonalen Umbereifung

sowie der Versorgung des Reifencenters durch STAR, wurde eine kontinuierliche Optimierung umsetzbar. Durch die interdisziplinäre Ausrichtung der STAR mit Beratung, Planung, Realisierung und Betrieb konnte unser Kunde eine allumfassende Lösung aus einer Hand beziehen. Besonders die fundierte Expertise der STARS bei spezifischen Problemstellungen in der Logistik-abwicklung und Qualitätssicherung trugen zum Erfolg dieses Großprojekts bei: Der Kunde erhielt ein maßgeschneidertes Konzept mit höchster Qualität bei maximaler Wirtschaftlichkeit.

» 6.000 m<sup>2</sup> Halle «

» 2.000 Tonnen Lagergut «

» 8 Wochen Umbauzeit «

» 600 m Profiltiefe «

» 118 Tonnen Stahl «

» 180 km Lauffläche «

» zum Bändigen von 8 Mio. PS «



**MODELLFAHRZEUGE  
UND  
MOUNTAINBIKES  
AUF WELTREISE**

» GLOBALES LOGISTIKKONZEPT «

» Was uns in der Logistik 2018 begleiten wird, sind maßgeschneiderte Konzeptionen rund um System- und datenbasierte Steuerungslösungen. Wir arbeiten daran, Materialfluss und Stammdaten zu Lieferanten und Logistikdienstleistern sowie Produktions-, Produkt- und Kundeninformationen in einem sogenannten Supply Chain Control Tower zusammenzuführen. Durch die Kombination von externen und internen Daten sowie durch die Nutzung von Big Data können unsere Kunden teilweise schon jetzt ihr Geschäft in Echtzeit steuern. «



**ALEXANDER  
SCHÜLEIN**

**GESCHÄFTSFÜHRER  
STAR DISTRIBUTION**

» LOGISTIKDIENSTLEISTUNG «

Ein großer internationaler Nutzfahrzeugkonzern gab STAR als Logistikdienstleister für den weltweiten Versand seiner Merchandising-Produkte den Zuschlag. Modellfahrzeuge, Bekleidung, Spielwaren, Accessoires, Mountainbikes oder Fahrerjacken aus dem Webshop an internationale B2B- und B2C-Kunden verschicken? Kein Problem für die STARS!

Kein Problem für die STARS! Zunächst galt es, ein Gesamtkonzept aus Bestell-, Abwicklungs- und Abrechnungsprozessen zu erstellen und die Bestellungen über einen – mittlerweile fünf-sprachigen – Webshop abzuwickeln. Dafür betreibt STAR für knapp 30 Hersteller der Produkte am Lagerstandort in Stuttgart-Obertürkheim ein Konsignationslager. Eine reibungslose Implementierungs- und Go-Live-Phase, die operative Qualität der Prozesse und die Umsetzung neuer Innovationen führten zu zwei wesentlichen Ergebnissen: Expansionsmöglichkeiten sowie eine hundertprozentige Zufriedenheit beim Kunden.

## » INSIDE STAR INSIGHT «

**Renommierete Künstler, Vernissagen, BMX-Weltrekorde, Graffiti, Musik und ein begeistertest Publikum – wenn diese Dinge aufeinander treffen, ist klar: STAR Insight liegt in der Luft.**

Auch 2017 fanden wieder jede Menge tolle Events der beliebten Veranstaltungsreihe statt. Einen spannenden Auftakt bot der Esslinger Künstler Werner Fohrer im Februar mit einer zeitgemäßen Frage an die Kunstwelt: Wie verändert sich die Wahrnehmung von Kunst im Auge des Betrachters durch die digitale Revolution? Street-Art zum Mitmachen bot im Mai STAR Insight 2. Bereits ab Mittag besprüh-

te der Graffitikünstler Simon Löchner die Seitenwand der Werkstatt in Sindelfingen. Zusätzlich hatte er Leinwände vorbereitet, auf denen die Besucher mit Schablonen selbst Graffitis mit Automobil-Motiven erstellen konnten. Einer der Höhepunkte des Abends war der erfolgreiche Weltrekordversuch des BMX-Akrobaten Chris Böhm im BMX-Spinning. Mit 38 Spins schlug er seinen japanischen Rekordrivalen vor den gespannten Blicken der Zuschauer. „Tiefer als die Oberfläche“ hieß die Ausstellung des vielseitigen Künstlers Helmut Anton Zirkelbach auf unserer dritten STAR-Insight-Veranstal-

tung. Der Titel verweist unter anderem auf die charakteristische Art, wie er Kunst schafft. Er kratzt, er schabt, er ätzt – und dringt so ganz wörtlich unter die Oberfläche seiner Materialien.

Auf die gelungene Veranstaltung folgte im Oktober die vierte und letzte Ausgabe der Veranstaltungsreihe für 2017: Bei STAR Insight 4 sprachen der Journalist und SWR-Moderator Stefan Siller sowie Edzard Reuter, ehemaliger Vorstandsvorsitzender bei der Daimler AG, über Literatur, das Ländle und alles drum herum.

## SPEED-DATING FÜR

## LOKALE START-UPS

**Zwei Wochen lang drehte sich in der Stadt alles um Innovationen und die Wirtschaft der Zukunft. In Kooperation mit den Böblinger Businesswochen, veranstaltete STAR auch 2017 wieder einen START-UP DAY auf der Hulb. Hier wurde entschieden, wer den Start-up Award gewinnt, der zum dritten Mal vergeben wurde.**

Hier hatten junge Unternehmen aus der Region Böblingen/Stuttgart/Ludwigsburg die Chance, ihre Idee den Gästen in Form eines Elevator Pitches vorzustellen und sie zu überzeugen. Im Vorfeld entschied die Mentorenjury, welche Start-ups es ins Finale schafften. Im Fünfminutentakt wurde das Geschäftsmodell interessierten Kooperationspartnern und Investoren nahegebracht. Mit diesem Konzept möchte STAR vielversprechende Projekte der Start-up Szene in und rund um unsere Zentrale in Böblingen fördern und ihnen eine wertvolle Plattform zum Netzwerken bieten. Denn: Nur so wird aus innovativen Ideen mehr als Zukunftsmusik.

» GRÜNDERKULTUR STÄRKEN «

## EVENT HIGHLIGHTS 2017

- Automotive Ethernet Kongress | Februar
- STAR Insights | Februar, Mai, Juli, Oktober
- Messe Embedded World | März
- Messe CEBIT | März
- Expertentage | März, Mai, Oktober
- STAR DAY | März
- Shopware User Group Treffen | April
- Messe Electric Hybrid | April
- Opening Standort Kornwestheim | April
- Bautechnik Tag | April
- Hausmesse Elektronik | Mai
- Quartierfest Göppingen | Mai
- Business Frühstück | Mai
- Fachtagung bvik | Juni
- Modemarketing Kongress | September
- Kongress Uni Stuttgart | September
- Fachtag BI München | September
- STAR-Up Award | Oktober
- Messe ELIV | Oktober
- KVD Service-Treff | Oktober
- LUK Messe | Oktober
- Interne Messe „Digital Engineering“ | Dezember

» ERFOLGREICHE AUFTRITTE DER STAR «

## MARKETING AUTOMATION, VIRTUAL REALITY & CO.



### » EXPERTENTAGE «

Internet of Things, Disruption, 4.0 dieses, smart jenes. Das Marketing steht vor neuen Herausforderungen – und unter Druck. Wie lassen sich Interessenten und Kunden im Zeitalter der Digitalisierung und Individualisierung angesichts knapper Budgets und immer kürzeren Produktlebenszyklen noch erreichen und halten? Antworten da-

rauf bot der Expertentag im Hause STAR zum Thema „Digitale Transformation im Marketing“ mit Expertenvorträgen und einem Kundeninterview als Beispiel für ein erfolgreiches Digitalisierungsprojekt. „On tour“ ging der Expertentag gemeinsam mit atec innovation im Mai 2017 in der Motorworld in Böblingen. Unter dem Motto „Capture Reality – Der Mensch in der virtuellen Realität“ demonstrierten Experten von STAR und atec an drei Stati-

onen die spannenden Möglichkeiten der Virtual Reality. Schwerpunkt dabei war die Frage, wie wir selbst als Menschen in die virtuelle Welt eingebunden werden. Ein Highlight: Die Besucher konnten in aktuelle Projekte eintauchen und die Technologien selbst testen. Dazu gehörten etwa architektonische Themen wie Gebäudemodellierung und Showcases aus dem Automotive-Bereich.

» DIE KRAFT DER KOOPERATION «

# EINBLICK: PARTNERSCHAFT IM AFTER SALES



» NICHT NUR INTERN NUTZT DIE STAR COOPERATION DIE KRAFT DER SYNERGIE. DURCH NEUGESCHLOSSENE PARTNERSCHAFTEN IM AFTER SALES IM JAHR 2017 SORGEN VERNETZTES KNOW-HOW UND GEBÜNDELTE EXPERTISE FÜR INNOVATION UND ERFOLG AUF BEIDEN SEITEN. «



Das Start-up 5Analytics aus Stuttgart widmet sich dem Thema künstliche Intelligenz. Die Data Scientists des Unternehmens haben eine Software entwickelt, die es ermöglicht, KI-Algorithmen zu automatisieren und unkompliziert in Unternehmensprozesse zu integrieren. Gemeinsam mit 5Analytics sind die STAR-Berater somit in der Lage, Themen wie Recommendation Management, Micro Communication, Predictive Analytics, Predictive Maintenance, Dynamic Pricing und Fraud Detection Lean effizient beim Kunden umzusetzen.

Die Zukunft der Preisbildung ist dynamisch. Preise werden zukünftig nicht mehr wie bisher nur wenige Male pro Jahr angepasst, sondern täglich oder sogar stetig. Dies setzt prozessseitig eine leistungsfähige Pricing-Software voraus. Genau hier setzt Pricef(x) an. Gemeinsam mit Pricef(x) kann STAR komplexe und sehr gewinnbringende Preismodelle bei ihren Kunden implementieren.

Mit Big Data Ansätzen lassen sich Marketingentscheidungen automatisieren: Optimale Preise werden vom System selbstständig gebildet, Kunden mit den für sie besten Produktvorschlägen adressiert und die Unternehmenskommunikation individualisiert. DXC liefert hierfür die Software, STAR liefert die Algorithmen. Zusammen unterstützen wir Unternehmen darin, ihre Kunden mittels Big Data noch besser zu bedienen und wettbewerbsfähig zu bleiben.



## DREI GEWINNER – EINE MISSION

» CYBERONE HIGHTECH AWARD 2017 «



Mehr als 275 Millionen Euro Venture Capital und rund 500 Arbeitsplätze in Baden-Württemberg – das alles konnte bisher der CyberOne Award erschaffen. Seit 1999 zieht der Award jedes Jahr technologieorientierte Start-ups und Unternehmen mit zukunftsweisenden Konzepten an. Als regional verwurzelter Innovationstreiber war STAR auch dieses Jahr wieder mit von

der Partie und unterstützte den Award als Goldsponsor vor allem im Bereich der medialen Aufbereitung. So wurden beispielsweise verschiedene Kommunikationsmaßnahmen gesponsert, um dem Wettbewerb eine angemessene Plattform zu bieten. Einig war sich die Jury des CyberOne Awards vor allem in einem Punkt: Die Qualität der Beiträge steigt von Jahr

zu Jahr und agiert auf höchstem technologischem Niveau. Entsprechend schwer fiel es den Unternehmensvertretern, für jeden der drei Branchenschwerpunkte einen Sieger zu ermitteln. Am 13. November war es dann aber soweit: Drei vielversprechende Start-ups durften sich neben 10.000 Euro Preisgeld auch über jede Menge mediale Aufmerksamkeit freuen.

## ZUKUNFTSPOTENZIAL AM KÖRPER



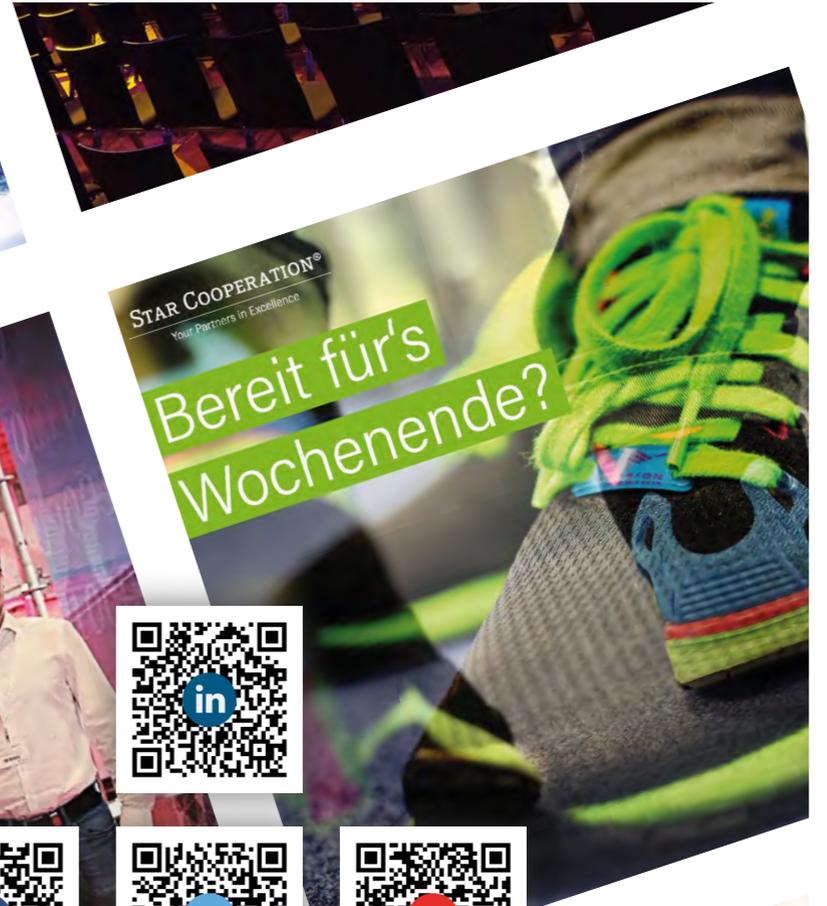
2 JAHRZEHNTE FORTSCHRITT:  
DAMALS REVOLUTIONÄR – HEUTE ALLTAG



Seit Anbeginn der Technik versucht die Menschheit, diese tragbar zu machen, um die Fortschritte auch unterwegs nutzen zu können. In den 1990er Jahren war das gebräuchlichste Wearable der Discman, Nachfolger des Walkmans. 2004 kommt die erste GoPro auf den Markt, die die Aufnahme von (Amateur-)Videos revolutionierte. Mit Google Glass steht uns ein am Kopf getragener Miniaturcomputer zur Verfügung. Noch mehr im Trend ist die Smartwatch, die wir vermehrt an Handgelenken sehen können. Durch die voranschreitende Vernetzung ist es uns damit vielleicht sogar bald möglich, die Vitaldaten unseres Gegenübers live zu erfahren – eine Entwicklung, die man durchaus kritisch sehen kann.

# STAR „LIKEN“ –

FAN WERDEN UND ALLE HIGHLIGHTS MITVERFOLGEN



# IMPRESSUM

## ERFOLGE DER STAR COOPERATION

### HERAUSGEBER

STAR COOPERATION GmbH

### KONZEPT & DESIGN

STAR MARKETING

### FOTOS

© istock

Seiten 2 bis 72

© shutterstock

Seiten 9, 46

© Dirk Kittelberger

Seiten 6, 19, 29, 40, 46, 47, 49, 51, 53, 62, 63, 66

© STAR MARKETING

Seiten 8, 44, 61, 68, 72, 73

© bwcon

Seite 71

### ILLUSTRATIONEN

© STAR MARKETING

### DRUCK

STAR PUBLISHING GmbH

### LINKS

[star-cooperation.com](http://star-cooperation.com)

[newsblog.star-cooperation.com](http://newsblog.star-cooperation.com)

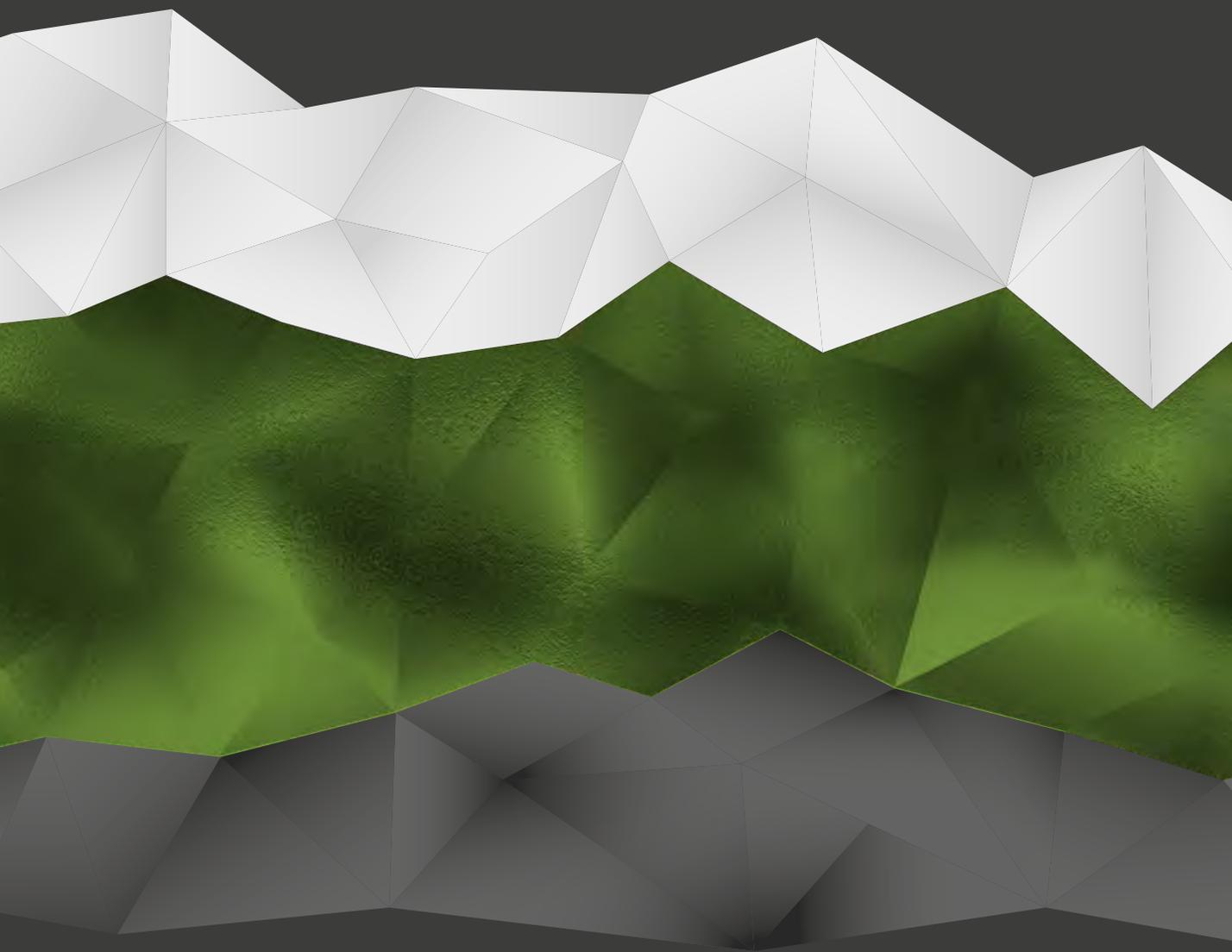
[facebook.com/starcooperation](https://facebook.com/starcooperation)

[instagram.com/starcooperation](https://instagram.com/starcooperation)

[xing.com/companies/starcooperationgmbh](https://xing.com/companies/starcooperationgmbh)

[twitter.com/starcooperation](https://twitter.com/starcooperation)





**STAR COOPERATION GmbH**

Die STAR COOPERATION ist zertifiziert nach DIN EN ISO 9001:2015, ISO 50001:2011 und ISO 14001:2015.

Otto-Lilienthal-Straße 5 | 71034 Böblingen | Telefon +49 7031 6288-300