



shopanbieter.de
Das Portal für den Internethandel



whitepaper



Warenwirtschaftssystem für Onlineshop-Betreiber

Worauf ist zu achten, warum ist es wichtig





Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	3
Komplexität.....	3
Kosten.....	4
Sicherheit.....	4
Systemsicherheit.....	4
Datenschutz.....	5
Schnittstellen.....	5
Standards sorgen für Stabilität und Erweiterbarkeit.....	6
Teil-Aktualisierungen schonen die Ressourcen.....	6
Welche Wege die Daten gehen.....	7
Integrierte Systeme.....	9
Anforderungen.....	9
Grundprozesse.....	10
Spezifische Anforderungen.....	11
Externe Lösungen.....	13
Fazit.....	14
Über Robert Zajonz.....	15
Herausgeber, Bildnachweis und Nutzungsrechte.....	15
Herausgeber.....	15
Nutzungsbedingungen.....	15
Bildnachweis.....	15



Vorwort

Zum Thema Shopsoftware gibt es unzählige Berichte über Frontendfunktionen, Payment, Risiko, SEO usw. Eher seltener jedoch findet man Informationen zu den täglichen Kernaufgaben des Shophändlers, wenn die Bestellungen eingehen: Mit den vielen Prozessen, die meist erst durch ein Warenwirtschaftssystem abgedeckt werden können.

Es gibt Shopbetreiber, die bekommen schon beim Klang des Wortes "Wawi" graue Haare. Nur warum? Da ganze Prozessketten abgebildet werden müssen, gibt es viele Faktoren zu bedenken und es gilt, die Übersicht über die spezifischen Anforderungen zu behalten. Das macht nicht nur die zu evaluierenden Systeme komplex, sondern auch die Auswahl des 'passenden' Produktes.



Was es zu bedenken gibt, zeigt die folgende Einführung in das Thema „Warenwirtschaft“. Sie konzentriert sich auf **typische oder wünschenswerte Funktionen aus den Kernbereichen von Warenwirtschaften. Funktionen zur Artikelverwaltung für die Shopdarstellung** werden nicht angesprochen, da heutzutage die Darstellungsvarianten (skalierbare Bilder, Videos, Produkttexte in mehreren Detailstufen etc.) meist so featurereich und speziell organisiert sind, dass eigenständige Warenwirtschaften diese Komplexität i.d.R. nicht mehr abdecken (können). Es wird daher davon ausgegangen, dass die Pflege der Artikeldarstellungen des Shops deshalb innerhalb des Shopsystems erfolgt.

Komplexität

Zum einen ist ein Wawi-System eine enorm komplexe Software, die schon in der Bedienung meist nicht mit einer reinen Shopsoftware zu vergleichen ist: Der riesige Menübaum und die oft sehr überladenen Masken (meist um viele branchenspezifische Dinge abzubilden) sind nicht in zwei Tagen Schulung zu erlernen.

Führt man bestimmte Vorgänge beispielsweise nur zweimal im Jahr aus, so weiß man oft schon nicht mehr, wie man das letzte mal überhaupt in die nötige Maske gelangt ist. Doch schließlich soll eine Software ja erleichtern und nicht Zeit kosten – eine gute Usability ist also wichtig, damit der Nutzer den Überblick behält. Wobei "gut" durchaus individuell unterschiedlich ausfallen kann.



Kosten

Je umfangreicher die Software, desto höher sind auch die laufenden Kosten. Dabei unterschätzen Firmen oft die nachgelagerten Kosten für Weiterentwicklung und Instandhaltung komplexer Systeme. Jeder der einer Implementierung auch nur der kleinsten SAP-Lösung beigewohnt hat, wird bestätigen, dass die Softwarelizenz eher den kleinsten Teil der Kosten ausgemacht hat.

Besonders teuer wird es, wenn nachentwickelt werden muss, weil Sonderlösungen her müssen. Hier ist man immer gut beraten, sich organisatorisch eher an die eingesetzte Software anzulehnen, anstatt mit dem Kopf durch die Wand zu versuchen seine eventuell aus der Historie gewachsenen Prozesse der Software aufzuzwingen.

Sicherheit

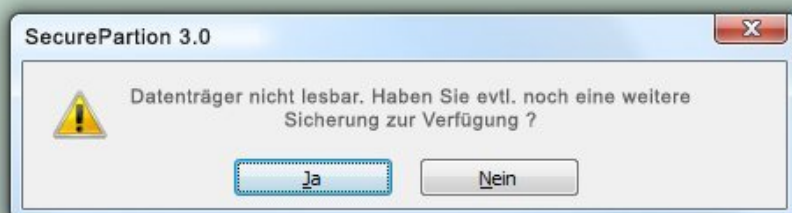
Systemsicherheit

Vor allem bei kleineren Systemen, die man schon für ein paar Hundert Euro kaufen kann, wird (in kleineren Unternehmen) oft versäumt, ausreichend oft Sicherungen zu machen!

Sicherungen sollten täglich (bestenfalls sogar mehrfach am Tag) angelegt und – ganz wichtig! – an physisch getrennten Orten aufbewahrt werden. Auch heute passiert es noch oft genug, dass nach einem Einbruch der Server samt der darin enthaltenen Sicherungen abhanden gekommen ist. Man mag versucht sein, zu denken, "Ach, wie kann man nur so d... sein?!" Aber prüft wirklich jeder Verantwortliche dieses Thema von Zeit zu Zeit genauer? Klären Sie regelmäßig:

- Wer hat die Sicherungen im Notfall?
- Wie alt sind diese?
- Ist ein Rückspielen der Daten möglich und wie geht das?

Besonders letztere Frage sollte sich derjenige stellen, der auf wiederbeschreibbaren Medien sichert, die Ihre Datenhaltbarkeit mit der Zeit





whitepaper

verlieren. Systeme, die ohne Datenabgleich nur Plattenpartitionen sichern, sind da besonders tückisch. Denn die meisten Programme, die Partitionen sichern (z.B. Ghost, oder auch die in Windows XP oder Vista eingebauten Standards), erstellen dabei nur eine einzige Datei. Diese wird meist noch komprimiert. Da braucht nur ein winziger Fehler aufzutreten und schon kann das Auspacken ein Problem werden.

Bedenken Sie, dass Sie Ihrer Sicherungssoftware Ihre ganze Existenz anvertrauen! Vor allem aber: Testen Sie eine Datenrückspielung auch mal – am besten regelmäßig, damit auch im Chaos eines "Katastrophenfalles" alle nötigen Handgriffe sitzen.

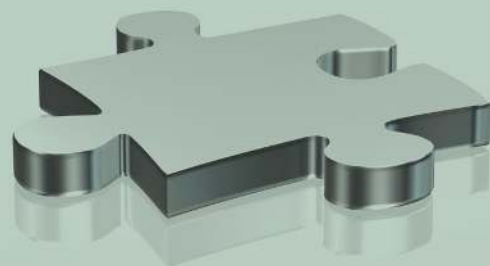
Datenschutz

Zur Datensicherheit gehört auch der Schutz der Daten vor unbefugtem Zugriff. Regelmäßig gibt es Fälle, bei denen ein Mitarbeiter bei einem Onlinehändler kündigt, um wenige Wochen später selbst einen Onlineshop zu eröffnen – und in seinem ersten Newsletter werden dann ganz zufällig alle Kunden des alten Arbeitgebers angeschrieben...

Besonders eMail-Adressen sind für Onlinehändler ein enorm wertvolles Gut. Hier sollte die Geschäftsführung gut überlegen, wer Zugang zu diesem Bestand haben darf¹. Und das Warenwirtschaftssystem muss eine entsprechend reglementierbare Rechtevergabe unterstützen.

Schnittstellen

Auch dieser für viele fast "furchterregende" Begriff sorgt mitunter dafür, dass Anwender Ihre Software verfluchen. Dabei sind allein die Programmierer dafür verantwortlich, Fehlerquellen so weit zu minimieren, dass der Begriff "Schnittstelle" möglichst das ganze Geschäftsjahr lang gar nicht genannt werden muss.



Aber wie bekommt man Schnittstellen sicher? Nun, es gibt kein Geheimrezept. Das wichtigste bleibt Disziplin bei der Entwicklung. Schnittstellen müssen immer so flexibel

¹ Die Überlegungen, wer Zugriff auf welche Daten wirklich benötigt, sind auch vor dem Hintergrund der Datenschutzgesetze wichtig. Denn je mehr Mitarbeiter Zugang zu persönlichen Daten haben, desto höher ist auch der vom Gesetzgeber geforderte Aufwand (Datenschutzbeauftragter etc.).

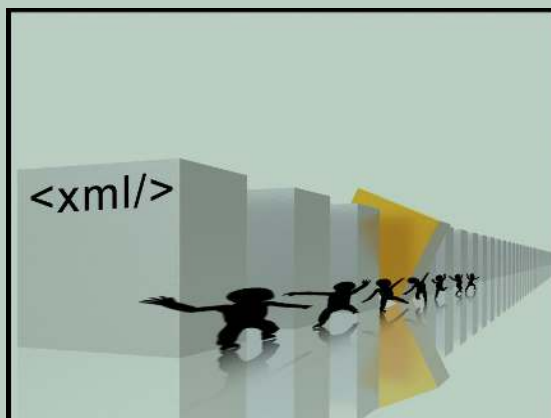


programmiert werden, dass alle eventuellen Fehler abgefangen sind – in beiden per Schnittstelle verbundenen Systemen natürlich!

Weil reibungslos funktionierende Schnittstellen so entscheidend sind, werden im Folgenden die kritischen Punkte des Themas beleuchtet. So können bei der Konstruktion die richtigen Entscheidungen getroffen werden und das Ergebnis passt besser zum jeweiligen Projekt.

Standards sorgen für Stabilität und Erweiterbarkeit

Oft helfen hier Standards: Hat die Warenwirtschaft XY einen Bestelldatenimport mit einer guten Dokumentation, kann der Shop-Entwickler allein 'loslegen'. Dennoch ist dabei ein guter Draht zum Entwickler beim Warenwirtschafts-Systemhaus immer von Vorteil.



Ein solcher Standard – XML – kann helfen, die Datenstruktur zu vereinfachen und damit die Schnittstelle sowohl sicherer als auch einfacher erweiterbar zu machen.

XML bedeutet aber auch größere Datenmengen: Hat man 1.000 Artikeldaten, die stündlich von der Warenwirtschaft zum Shop transportiert werden müssen, sind (in etwa) 15 Megabyte Daten kein Problem. Hat ein größerer Shop jedoch 50.000 Artikel,

so ist das Einspielen von 0,75 Gigabyte für auch große Shopsysteme im Livebetrieb durchaus problematisch (von der Netzauslastung durch solch eine Datenmenge ganz abgesehen). Hier muss man also viel genauer planen.

Teil-Aktualisierungen schonen die Ressourcen

So ist es sinnvoll, beispielsweise tagsüber nur das „Delta“, also die neuen und geänderten Artikel, austauschen und erst nachts zur Sicherheit einen Komplettimport durchzuführen. Schlecht ist es da, wenn ein Warenwirtschaftssystem nur Komplett-Exporte erzeugen kann.

Für einfache Schnittstellen, über die „nur“ Artikelpreise oder aktuelle Bestände überspielt werden, reichen einfache Textdateien (CSV²) völlig aus. Überträgt man Zeile für Zeile nur

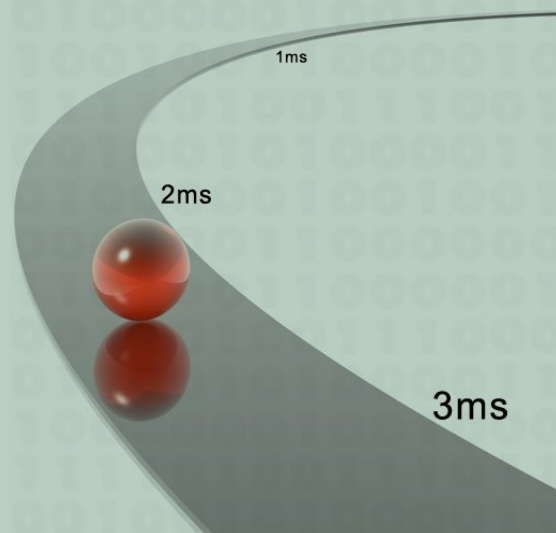
² comma-separated-values = durch Kommata getrennte Daten



whitepaper

die Artikelnummer und den neuen Bestand, so braucht man nicht unbedingt XML. Dabei ist aber auch hier die Datenmenge nicht ganz egal: 50.000 SQL-Updates (Datenbank-Aktualisierungen) sind zwar heutzutage kein echtes Problem mehr, aber warum den Server unnötig quälen, wenn sich der Bestand nur bei 200 Artikeln geändert hat? Hier fehlt den Wawi-Systemen leider fast immer die Möglichkeit, eben nur diese 200 geänderten Datensätze zur Verfügung zu stellen.

Wenn es daher nicht anders möglich ist, als Komplettimporte zu machen, kann man das Problem entschärfen, indem auf Seiten des Shops eine Verzögerung eingebaut wird, so dass die Updates nicht alle auf einmal geschrieben werden und dadurch das System zu sehr verlangsamt. Das Ziel aller Bemühungen muss es sein, den kaufenden Besucher im Shop nicht zu stören. Denn eine Eieruhr im Browser des Kunden, weil im Hintergrund die Shopdatenbank eine Belastungsspitze hat, muss schlicht ausgeschlossen werden.



Welche Wege die Daten gehen

Es gibt kein „Ideal“, auf welchem Weg die Daten zwischen Warenwirtschaft und Shop ausgetauscht werden sollten. Die Anzahl der Möglichkeiten ist systembedingt oft begrenzt. Denn Warenwirtschaftssysteme sitzen vernünftigerweise geschützt hinter Firewalls und können daher oft nicht direkt mit dem Netz kommunizieren. Somit können aus Sicherheitsgründen dann auch Shopsysteme die Warenwirtschaft nicht direkt mit Daten füttern. Daher müssen zuerst die Sicherheitssysteme so konfiguriert werden, dass Shop und Warenwirtschaft miteinander „sprechen“ können.

Ist das geschafft, kann der Shop Vorgänge, beispielsweise neue Bestellungen, aktiv an die Warenwirtschaft melden. Also nicht periodisch, sondern direkt mit der Bestellung. Dies bedeutet, dass Bestellungen ohne Verzögerung in der Warenwirtschaft weiterverarbeitet werden können. Gibt die Warenwirtschaft ihrerseits ein „OK“ zurück, kann der Shop die Order als exportiert markieren. Umgekehrt genauso: kommt kein OK zurück, würde der Shop die Warenwirtschaft periodisch so lange anfragen, bis es klappt.

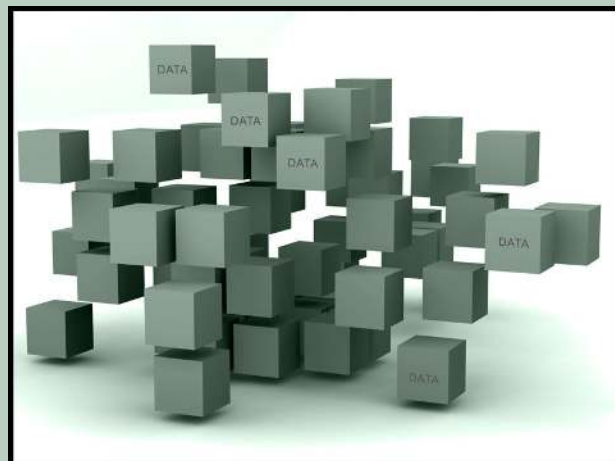


whitepaper

Eine andere Möglichkeit ist, ein gemeinsames FTP-Verzeichnis zu nutzen. Hierbei sprechen die Systeme nicht direkt miteinander, sondern stellen sich gegenseitig Dateien zur Verfügung: So schreibt der Shop beispielsweise die Bestelldaten in eine Datei und speichert sie im „vereinbarten“ FTP-Pfad. Die Warenwirtschaft ihrerseits schaut in periodischen Abständen dort nach, ob neue Daten vorliegen und wenn ja, nimmt sie die Daten auf. Dieses „Nachsehen“ kann man oft auch über sogenannte „Trigger“ aktivieren. So merkt die Warenwirtschaft es direkt, wenn neue Daten vom Shop geschrieben worden sind.

Wichtig ist es, bei beiden Varianten besonders am Anfang Protokolle schreiben zu lassen. Auch sollten die importierten Daten nicht gleich gelöscht werden, sondern zunächst in einem Korb „erledigt“ abgelegt werden. Das hilft bei einer Fehlersuche enorm.

Letztendlich liegt es aber wirklich am Programmierer, ob er alle Eventualitäten abgefangen hat. Dabei sind auch Kleinigkeiten wichtig: Ein Schlusssatz bestätigt in jeder Datei bzw. bei jeder Übertragung, dass es sich um eine vollständige Datei handelt. Fehlt er, kann das Empfängersystem reagieren und melden, dass etwas nicht stimmt.



Probleme gibt es auch, wenn die Nummernkreise nicht harmonieren, beispielsweise das Shopsystem (irgendwann) höhere Bestellnummern erzeugt, als Warenwirtschaften oder Steuerprogramme (z.B. DATEV) verarbeiten können. Etwaige Einschränkungen dieses Systeme sollten dann bei der Schnittstellen-Entwicklung berücksichtigt werden. So kann man diese Höchstgrenzen in den Schnittstellen fest einstellen und das Script mahnt dann früh genug per eMail an das Erreichen des Höchstwertes.

Insgesamt sind – bei Berücksichtigung der genannten Punkte – Schnittstellen heute gar nicht mehr so problematisch, wie ihr Ruf einen glauben macht. Und sind erst alle „Kinderkrankheiten“ behoben und die Schnittstelle läuft ein paar Wochen ohne Probleme, so meldet sie sich meist auch für viele Jahre nicht wieder...



Integrierte Systeme

Die optimale Lösung ist, wenn Shop und Warenwirtschaft in einem integriertem System verschmolzen sind. Diese sind im besten Fall auf die Funktionen minimiert, die alle Prozesse des jeweiligen Onlinehändlers abdecken: So muss beispielsweise nicht jeder zwingend ein Reisekostenmodul oder eine komplette Buchhaltung inhouse abbilden. Denn bei den meisten Shopbetreibern (selbst bis zu einer mittleren Größenordnung) wird die reine Buchhaltung bei einem Steuerberaterbüro abgedeckt.

Eine Kombination aus Shop + Wawi ist somit – je nach Größenordnung und Bedarf – schon möglich. So bilden auch größere Online-Händler mit bis zu 50 Mio. Euro Jahresumsatz ihre kompletten Prozesse mit dem integrierten POWERGAP-System ab, ohne dabei auf eine zusätzliche Wawi-Software zurückgreifen zu müssen. Und dies schon erfolgreich seit vielen Jahren. Das spart Nerven und Zeit und damit auch Geld!

Für einen reinen Onlinehändler, der Umsätze nicht aus anderen Kanälen wie z.B. mehreren stationären Ladengeschäften zusammenbringen muss, besteht im Grunde also nicht unbedingt der Bedarf, eine separate Warenwirtschafts-Software anzuschaffen.



Anforderungen

Welche Grundprozesse nach dem Bestelleingang benötigt ein Onlinehändler eigentlich? Sich klar zu werden, welche Anforderungen man an „seine“ Warenwirtschaft stellt, ist entscheidend, um das individuell passende System zu finden. Diese Überlegungen stehen ganz am Anfang des „Projektes Warenwirtschaft“ – doch zu diesem Zeitpunkt weiß man eventuell nur bruchstückhaft, welche Features man gern hätte. Ein Überblick über entscheidende sowie zusätzlich sinnvolle Funktionen hilft, die eigenen Wünsche herauszuarbeiten³.

³ Hierbei hilft auch die zu diesem Whitepaper erhältliche Checkliste!



Grundprozesse

Zunächst ist natürlich eine durchdachte **Bestellverwaltung** notwendig, die dem Mitarbeiter in jeder Lage optimale Möglichkeiten bietet und eine Bearbeitung mit möglichst wenigen Mausklicks und hochperformant erlaubt. Integrierte **Risikofeatures**, die helfen Betrüger aufzuspüren, wären die Kür.

Schick und für guten telefonischen Kundensupport wichtig sind auch **CRM Funktionen**. Der Mitarbeiter sollte den Kunden im System finden können, bevor dieser am Telefon "Guten Tag" ausgesprochen hat (z.B. über ein paar Zahlen der Telefonnummer im Display). So kann er sich blitzschnell einen Überblick über den Kunden verschaffen um ihn am Telefon bestens beraten zu können.



Wären Sie nicht erstaunt, wenn Sie bei einem Online-shop anrufen und man Sie mit "Hallo Herr Meier" anspricht? Dazu muss das System aber auch bei der Eingabe eines Teils der Telefonnummer die passende Antwort in weit unter einer Sekunde liefern. Wenn – wie oft bei zu großen Systemen – zuerst für viele Sekunden die Eieruhr zu sehen ist, klappt das leider nicht. **Performance** ist also auch im Backend ein sehr wichtiges Kriterium.

Zahlungseingänge von Onlinezahlarten sollten natürlich direkt in der Bestellverwaltung vermerkt sein, so dass diese mit den evtl. Nachnahmesendungen umgehend zum Packen gegeben werden können. Für die **Vorkassen** wäre ein Tool perfekt, das Bankdaten importieren kann und Zahlungseingänge für Bestellungen größtenteils automatisch erkennt sowie die entsprechenden Aufträge zum Packen weiterleitet.

Unabdingbar ist der **Rechnungsdruck** sowie der gleichzeitige **Druck von Picklisten und Lieferscheinen** für das Lager. Sinnvoll ist aber auch der Druck von **versand- und länderspezifischen Unterlagen**. Wenn das Unternehmen wächst, sollte man wegen der Lieferschwelen für einzelne Länder darauf achten, dass die Software mit **unterschiedlichen Steuersätzen je Land** arbeiten kann. Generell sollte der Rechnungsdruck sehr flexibel sein, Freitextpositionen erlauben und im Layout frei gestaltbar sein, damit auch auf farbigen Vordrucken mittels kostengünstiger Laserdrucker geprintet werden kann.



whitepaper



Der **Paketkartendruck** sollte entweder direkt aus dem Shopsystem angestoßen oder in einer Sammeldatei an Software wie Easylog oder Delisprint weitergereicht werden können.

Ab 30-50 Bestellungen am Tag machen **Gesamtpicklisten** Sinn: Damit der Picker im Lager nicht unnötige Wege läuft, sollte ein System per Gesamtpickliste die Waren für

z.B. 10 Bestellungen gleichzeitig ermitteln, so dass der Picker mit dem Wagen für alle 10 (natürlich wegeoptimiert!) nur einmal durchs Lager laufen muss.

Je nach Branche (z.B. Mode) macht ein **integriertes RMA-System** (Retouren-Management-System) Sinn. Bei 1-2 Retouren am Tag ist solch ein System verzichtbar, ansonsten kann es aber helfen, die Rücksendungen sauber zu verwalten sowie Kunden mit auffällig vielen Rücksendungen zu erkennen.

Ein ideales System für das **Ausgangsscannen** könnte so aussehen: Wer die Möglichkeit schafft, die eMail-Benachrichtigung an den Kunden mit dem tatsächlichen Zumachen des Pakets zu verknüpfen, der schafft auch die Sicherheit, dass der Kunde wirklich erst benachrichtigt wird, wenn das Paket auf dem Rollwagen des Versanddienstleisters liegt und nicht irgendwo im Lager verloren gegangen ist. Die Kür ist dann, wenn das Shop-system zum Zeitpunkt, an dem der Lagermitarbeiter die Bestellnummer einscannt, auch noch das frische Bild einer Web-Kamera einholt, die im Lager auf das Ende der Packstraße gerichtet ist. Dann kann man dem Besteller sogar sein Paket schon live zeigen und hat zudem noch den Nachweis, welcher Mitarbeiter die Schlussprüfung gemacht hat. Wenn dann noch das Paket auf der Waage steht, und deren Display groß genug ist, um es auf dem Bild der Webcam zu erkennen, hat man sogar für das Gewicht einen Beweis. Wie oft kommt es vor, dass der Kunde behauptet, die Hälfte der Lieferung sei nicht im Paket gewesen...

Spezifische Anforderungen

Neben diesen Punkten, die direkt die Bestellungen betreffen, sind für den Onlinehändler folgende Features ein Muss:

Eine ausgezeichnete **Lagerverwaltung**: Diese muss zu jedem Zeitpunkt möglichst mit dem Istbestand übereinstimmen und performant und einfach zu bedienen sein.



whitepaper



Für eine einfachere und schnellere Inventur sollten Möglichkeiten gegeben sein, die Ist-Zählung in der Lagerverwaltung zu erfassen – und zwar optimalerweise von jedem Zähler separat. So kann man per Knopfdruck ein Inventurergebnis simulieren, um einzelne Artikel bei zu großen Abweichungen nachzuzählen. Ein sauberes, vom System erstelltes Inventurergebnis ersetzt die oft mühsame Bearbeitung von Excel-Dateien wie man sie in vielen Betrieben noch heute praktiziert.

Wer an der Warenannahme im Lager einen PC hinstellt, kann zudem auch die **Wareneingangsbuchung** bereits dort elektronisch erfassen. Mit einer Verwaltung von Lagerorten ist es nicht nur möglich, die Laufwege der Picker zu optimieren, sondern auch Kapazitäten zu verwalten: Beim Wareneingang sollte dem Kommissionierer schon eine Warnung angezeigt werden, wenn die derzeitige Stellfläche für die Neulieferung nicht ausreicht, aber es beispielsweise "in Gang 7 Regal 12C" den nötigen freien Platz gibt.

Ein **Einkaufssystem**: Schon die Lagerverwaltung sollte dem Einkäufer Prognosen für den Abverkauf anzeigen, um möglichst weit im Voraus die Nachbeschaffung der Waren zu gewährleisten. Ein intelligentes System könnte sogar komplette Bestellvorschläge für einen Warenlieferanten von selbst vorschlagen und nach Augenprüfung die Bestellanforderung per Mail an diesen Kreditor senden. In der Mail sollte nur einen Link auf eine Seite enthalten sein, auf der der Einkäufer beim Kreditor die Verfügbarkeit, Lieferpreis und Menge anfragt. Klickt der Kreditor hier dann auf "OK" (dh., die angefragten Mengen und Preise werden bestätigt), kann der Einkäufer wiederum mit einem Klick die Ware bestellen. Diese ist in der Lagerverwaltung dann auch schon als "bestellt" gekennzeichnet. Bestätigt die Spedition sogar die Anlieferung, könnte auch ein vorzeitiger Wareneingang – wiederum per Knopfdruck – gebucht werden, um beispielsweise schon am Wochenende Ware zu verkaufen, die erst am Montag darauf angeliefert wird.





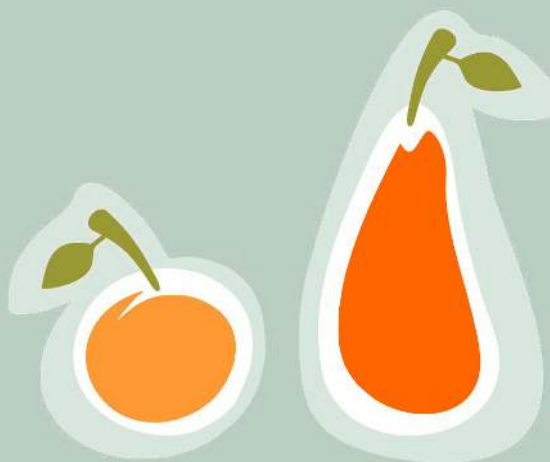
whitepaper

Bei einem durchdachten Bestellsystem ist auch eine **automatisierte Preisanfrage bei x Kreditoren** möglich. Man stelle sich vor, der Artikel "CD-Player XY" ist bei 5 Lieferanten gleichzeitig lieferbar. Hat man dies im Bestellsystem zu diesem Artikel vermerkt, so könnte ein pfiffiges System diese fünf Kreditoren anschreiben, die dann per Link auf eine Webseite gebeten werden. Dort können sie ihre Preise eintragen und sehen dann, ob sie derzeit den günstigsten Preis aller angefragten Lieferanten anbieten (natürlich ohne dass Lieferantennamen und Preise gezeigt werden). So entsteht ein kleiner Preiskampf zwischen den Lieferanten, der dafür sorgt, dass der Onlinehändler für sich bei kleinstem Aufwand den bestmöglichen Preis aushandelt⁴. Diese Prozedur erfolgt sonst manuell und erfordert je nach Sortiment oft so viel Arbeitskraft, dass es sich wegen der verbundenen Personalkosten nicht lohnt.

In der Summe ergeben sich somit ein ganzer Reigen teilweise hochkomplexer Punkte, die eine Warenwirtschaft für einen Onlinehändler abdecken muss.

Externe Lösungen

Wer eine "separate" Warenwirtschaft benötigt, der kommt nicht drum herum, viel zu telefonieren: Am besten fragt man möglichst viele Geschäftsfreunde ab, welche Systeme sie nutzen sowie wie zufrieden sie mit ihrem jeweiligen Systempartner sind. Denn unabhängig vom einzelnen Warenwirtschaftssystem kommt es am Ende immer auch auf den Faktor "Mensch" an, also auf den direkten Betreuer beim Systemhaus.



Im besten Fall sollte man direkten Zugang zu einem Programmierer haben und nicht (nur) zum Keyaccounter, der zwar schön reden kann, aber nicht die Lösungen hat.

So haben wir bei POWERGAP beispielsweise beste Beziehungen zu Navision entwickelt: Bei einem Systemhaus für diese Software kennen wir direkt die Entwickler – nur so sind Schnittstellen auch wirklich zuverlässig umsetzbar.

⁴ Solch ein intelligentes Einkaufssystem mit genau diesen Eigenschaften wird übrigens etwa Ende Januar 2008 im POWERGAP Shopsystem verfügbar sein. Damit macht POWERGAP die Prozesskette eines Onlinehändlers fast perfekt!



Fazit

Die teils horrenden Investitionen, die für Warenwirtschaftssysteme nötig sind, wollen gut durchdacht sein. Darum sollte man hierzu auch bei kleineren Firmen ein Projektteam bilden, das sich umfassend mit dem Thema auseinandersetzt, um für das Unternehmen die – auch in der Zukunft – beste Lösung zu finden.

Diese muss auch mit allen möglichen Nebenkosten rentabel sein. Denn: "Was nützt ein Rolls Royce, wenn man sich den Chauffeur nicht leisten kann?"



Über Robert Zajonz

Robert Zajonz ist seit 6 Jahren Entwickler im ecommerce und Gründer des POWERGAP Shopsystems. Mit den Erfahrungen als Buchhalter und danach 9 Jahre langen Zeit als SAP-Berater konnte er viel Knowhow für das so wichtige Backend von POWERGAP nutzen. Dies überzeugt vor allem durch Suchmaschinenfreundlichkeit und die für Onlinehändler so wichtigen Wawi-Funktionen, die sämtliche Prozesse in einer einzigen Software abbilden.

Herausgeber, Bildnachweis und Nutzungsrechte

Herausgeber

Shopanbieter.de
Peter Höschl
Schneckenburgerstr. 23
81675 München

Telefon Nr. ++49 89 470 77 941
Telefax Nr. ++49 89 470 78 617
E-Mail info@shopanbieter.de

USt.Id Nr. DE 187 688 555

Nutzungsbedingungen

Nutzung und Verbreitung des Dokumentes als unverändertes Ganzes ist erlaubt, eine Übernahme von Inhalten nur nach Rücksprache und mit Genehmigung von Shopanbieter.de und Robert Zajonz!

Bildnachweis

Alle Bilder außer Paketkarten: POWERGAP; Paketkarten: Nicola Straub.