

Petra Schubert/Ralf Wölfle/Walter Dettling (Hrsg.)

E-Business
mit betriebswirtschaftlicher
Standardsoftware

Einsatz von Business Software in der Praxis

***E*cademy^{CH}**

*Das Kompetenzwerk der
Schweizer Fachhochschulen
für E-Business und E-Government*

HANSER

Die in diesem Buch enthaltenen Fallstudien wurden für den eXperience 2004 Event in Basel erstellt. Sie wurden wissenschaftlich aufbereitet durch E-Business-Experten der Universität St. Gallen, der Universität Bern, der Fachhochschule beider Basel, der Fachhochschule Aargau Nordwestschweiz, der Hochschule für Technik und Informatik (Berner Fachhochschule), der Zürcher Hochschule Winterthur sowie von Experten aus der Praxis. Die Ecademy (www.ecademy.ch), das Kompetenznetzwerk der Schweizer Fachhochschulen für E-Business und E-Government, hat durch ihre ideelle und finanzielle Unterstützung zur erfolgreichen Erstellung dieser Publikation beigetragen.

www.hanser.de

Bibliografische Information Der Deutschen Bibliothek
Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt.
Alle Rechte, auch die der Übersetzung, des Nachdruckes und der Vervielfältigung des Buches, oder Teilen daraus, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf ohne schriftliche Genehmigung des Verlages in irgendeiner Form (Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) – auch nicht für Zwecke der Unterrichtsgestaltung – reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

© 2004 Carl Hanser Verlag München Wien
Redaktionsleitung: Lisa Hoffmann-Bäumli
Herstellung: Ursula Barche
Umschlaggestaltung: Wolfgang Perez, büro plan.it
Datenbelichtung, Druck und Bindung: Kösel, Krugzell
Printed in Germany

ISBN 3-446-22960-4

Inhalt

Petra Schubert

E-Business mit betriebswirtschaftlicher Standardsoftware..... 1

Ralf Wölfle

Geschäftsprozesse im Zusammenspiel mit Business Software..... 9

Walter Dettling

Wie Schweizer KMU Business Software einsetzen 17

Vertriebsunterstützung / CRM

Fachbeitrag

Marcel Altherr und Günter Bader

IT-Unterstützung für Marketing und Verkauf 27

Fallstudien

Andreas Voss

Kardex (Ramco Systems) – Anlagenbau 35

Matthias J. Göckel

Debrunner & Acifer-Gruppe (Team Brendel AG) – Baustoffhandel 49

Petra Schubert

PERMASHOP (ABACUS Research AG) – Verkauf Fanartikel 63

Malte Dous und Susanne Glissmann

Tonet AG (Dynasoft AG) – Holzbehandlung..... 77

Nicole Scheidegger

Antalis AG (UD Neue Medien AG / Boxalino AG) – Papiergrosshandel..... 91

Schlussbetrachtung

Ralf Wölfle

Vertriebsunterstützung / CRM..... 105

B2B-Integration

Fachbeitrag

Thomas Myrach

B2B-Integration 107

Fallstudien

Uwe Leimstoll

Brütsch/Rüegger AG (Polynorm Software AG) – Werkzeughandel 115

Werner Lüthy

INFICON (io-market AG) – Elektrotechnik 129

Bruno Simioni

Stadmühle Schenk (itelligence AG) – Lebensmittelbranche 143

Schlussbetrachtung

Petra Schubert

B2B-Integration 155

Elektronische Rechnungsabwicklung

Fachbeitrag

Christian Tanner und Bruno Koch

Die elektronische Rechnungsabwicklung in der Schweiz 157

Fallstudien

Christian Tanner

UBS AG (Swisscom IT Services AG) – Finanzdienstleistung 169

Christian Tanner

Swisscom Fixnet AG (PostFinance) – Telekommunikation 181

Christian Tanner

Universitätsspital Basel (PayNet Schweiz AG) – Gesundheitswesen 191

Daniel Risch

Schweizerische Bundesbahnen (yellowworld AG) – Schienenverkehr 199

Schlussbetrachtung

Ralf Wölfle

Elektronische Rechnungsabwicklung 213

Corporate Performance Management

Fachbeitrag

Roger Klaus

Corporate Performance Management 215

Fallstudien

Barbara Sigrist

Swissbit (TDS Multi Vision AG) – Elektrotechnik 223

Rolf Gasenzer

Amt für Verkehr und Tiefbau des Kantons Solothurn (NOVO Business

Consultants AG) – Öffentliche Verwaltung 237

Ralf Wölfle

Swiss TS Technical Services AG (Process Partner AG) – Prüfinstitut 251

Schlussbetrachtung

Petra Schubert

Corporate Performance Management 265

Literaturverzeichnis 267

Kurzprofile der Herausgeber und Autoren 271

7 PERMASHOP

Petra Schubert

Die PERMASHOP AG in Niederdorf ist ein Unternehmen, das auf das Merchandising von Fanartikeln spezialisiert ist. Der E-Shop ist ein wichtiger Absatzkanal für das B2C-Geschäft. Aufgrund der nahtlosen Integration zwischen ERP-System (Auftragsbearbeitung) und E-Shop-Modul können die eingehenden Bestellungen effizient im Backoffice abgewickelt werden. Die gesamte Software wurde von der Firma ABACUS „aus einer Hand“ bezogen. Der Betrieb des Shops erfolgt durch ABACUS (ASP-Lösung), was die Kosten für die Informatik sowohl besser planbar als auch vergleichsweise günstig macht.

Folgende Personen waren an der Bearbeitung dieser Fallstudie beteiligt:

Tab. 7.1: Mitarbeitende der Fallstudie

Ansprechpartner	Funktion	Unternehmen	Rolle
Markus Ischi	Geschäftsführer	PERMASHOP AG	Lösungsbetreiber
Nicolas Guillet	Projektleiter E-Business	ABACUS Research AG	IT-Partner
Meinrad Egger	Produktverantwortlicher AbaShop	ABACUS Research AG	IT-Partner
Petra Schubert	Forschungsleiterin E-Business	Fachhochschule beider Basel	Autorin

Die beschriebene Lösung ist unter der Domain www.permashop.com zugänglich.

7.1 Das Unternehmen

7.1.1 Hintergrund

Die Firma PERMASHOP in Niederdorf existiert in ihren Grundzügen bereits seit zwanzig Jahren. Gestartet als Siebdruckerei, produzierte sie bis 1990 Werbe- und Textildrucke für die Textilindustrie. Nachdem diese Branche in der Schweiz aufgrund der hohen Kosten nicht mehr wettbewerbsfähig war, musste sich die Firma umorientieren und konzentrierte sich auf Textildrucke für Industriebekleidung und Werbung. In dieser Branche ist die Qualität der Produkte und der Auftragsbefreiung ein wichtiges Kriterium, was eine gewisse Nähe zum Kunden erfordert. Vor elf Jahren konnte die Firma Sauber (Formel 1) als Lizenzgeberin der Marke Sauber gewonnen werden. Dies war ein bedeutsamer Meilenstein in der Firmengeschichte und bedeutete gleichzeitig den Einstieg ins Merchandising. Der Begriff „Merchandising“ ist in seiner allgemeinen Definition ein Sammelbegriff für „Absatz schaffende und Absatz beschleunigende Maßnahmen“ [Dudenverlag 1997]. Oft wird der Begriff mit der Vermarktung aller mit einer bestimmten Marke in Zusammenhang stehenden Produkte assoziiert. Ein weiterer bedeutsamer Schritt in der Unternehmensentwicklung war die exklusive Übernahme des Merchandising von Fanartikeln für den FC Basel (FCB).

Die Firma PERMASHOP startete als kleines Unternehmen mit vier Personen und beschäftigt heute 35 Personen. Der starke Umsatzanstieg der letzten Jahre ist auf die Erfolge der Lizenzgeber Sauber und FC Basel zurückzuführen.

7.1.2 Branche, Produkt und Zielgruppe

Das Merchandising von Fanartikeln ist stark von sportlichen Erfolgen und Trends abhängig. PERMASHOP übernimmt für seine lizenzierten Marken Aufgaben der Markenbildung und des Marketings (B2B). Das Angebot an Produkten für die Endkonsumenten (B2C) ist sehr umfangreich und reicht von Mützen, Schals, Fahnen, T-Shirts etc. bis hin zu Bettwäsche und dem Team-Schnuller fürs Baby.

In vielen Fällen ist es notwendig, die Drucke für Textilien schon bereit zu haben bevor ein Sportereignis abgeschlossen ist und der Sieger feststeht. Eine Schwesterfirma namens Permatrend in Gelterkinden fertigt die benötigten Textildrucke nach den Vorgaben der PERMASHOP an. Die Aufdrucke auf Textilien werden von der PERMASHOP selbst inhouse appliziert. Durch diese Zusammenarbeit kann PERMASHOP sehr schnell auf laufende Events reagieren (z.B. einen Cupsieg des FCB). Bei Nichteintreten eines erhofften Ergebnisses, muss man nur die Drucke und nicht die bedruckten Textilien vernichten.

Es gibt nur wenige Wettbewerber, die ein derart komplettes Angebot vom Design des Produkts über die Produktion bis zu Marketing und Vertrieb bieten. Dadurch

übernimmt PERMASHOP das vollständige Risiko für den Markengeber. Neben dem E-Shop gibt es drei physische Shops (z.B. den FCB Shop im St. Jakob-Park Stadion Basel).

7.1.3 Unternehmensvision

Die Vision von PERMASHOP ist es, der führende Anbieter von professionellen Services für das Merchandising im Sportbereich in der Schweiz zu sein.

7.2 E-Business-Strategie

7.2.1 Stellenwert von E-Business in der Unternehmensstrategie

Die Unterstützung der Geschäftsprozesse durch EDV-Systeme hat bei PERMASHOP einen hohen Stellenwert. PERMASHOP setzt einige ERP-Module von ABACUS bereits seit deren Markteinführung ein. So war die Firma die erste, die das Modul „Auftragsbearbeitung“ im Jahr 1988 einführte. Dazumal waren bereits die ABACUS Finanzbuchhaltung und Debitoren im Einsatz. Sie waren ebenfalls prototypische Anwender für das Modul „AbaShop“ und für die Anbindung an „AbaNet“ (vgl. Fachbeitrag Myrach, S. 107).

Bereits 1997 erfolgte der Einstieg ins E-Business. Auslöser war der Wunsch des wichtigsten Kunden Sauber, dass Bestellungen über das Internet möglich sein sollten. Da ABACUS zu diesem Zeitpunkt noch keine E-Commerce-Lösung anbieten konnte, wurde in der Folge eine Lösung auf der Basis von Intershop zusammen mit dem Entwicklungs- und Hostingpartner Swisscom entwickelt und lanciert. Bis 1999 lief der Verkauf der Sauber-Artikel über diese Intershop-Applikation. Sowohl die Entwicklung als auch der Betrieb der Plattform waren für alle Beteiligten sehr kostenintensiv. 2001 beschloss die Swisscom, dieses Geschäftsfeld innerhalb von zwei Monaten einzustellen. Dies zwang PERMASHOP zu einem schnellen Umstieg auf den AbaShop von ABACUS, der bis heute im Einsatz ist.

7.2.2 Zusammenspiel von ERP-System und E-Business-Software

Wie in Abb. 7.1 dargestellt, bildet das ABACUS-ERP-System die Basis der E-Shop-Lösung. Der eigentliche Shop läuft in einer Hosting-Umgebung namens „AbacusCity“, die als Application Service Providing (ASP) von ABACUS betrieben wird. Auf diesen Server greifen die Kunden zu, wenn sie Bestellungen im E-Shop eingeben. Die Kommunikation zwischen dem eigentlichen ERP-System und dem Shopserver erfolgt über den Java-Client „AbaShop“. AbaShop ist ein vollständig integriertes E-Business-Software-Modul, das die Basismodule des

ERP-Systems ergänzt. Das E-Shop-Modul ist ein integrierter Bestandteil der ABACUS-Auftragsbearbeitung.

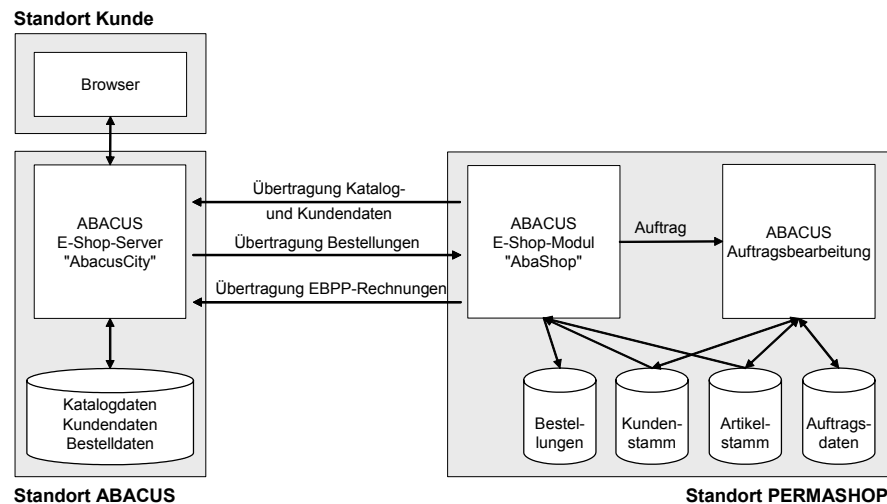


Abb. 7.1: Integration von ERP- und E-Business-Lösung

7.2.3 Partner

Die folgenden Partner sind an der Erstellung und dem Betrieb des E-Shops von PERMASHOP beteiligt.

ERP-Anbieter

Die ABACUS Research AG aus St. Gallen entwickelt seit 19 Jahren erfolgreich betriebswirtschaftliche Standardsoftware und bietet für KMU unter dem gleichen Namen ERP-Lösungen an. Die Produktpalette wird von bekannten Schweizer Treuhandgesellschaften eingesetzt und empfohlen. Sie umfasst die Basismodule Fakturierung, Auftragsbearbeitung, Finanz-, Debitoren-, Kreditoren-, Anlagen- und Lohnbuchhaltung sowie die erweiterten Module Produktionsplanung und -steuerung (PPS), Leistungs- und Projektabrechnung sowie Betriebsdatenerfassung.

Für die Einrichtung von E-Shops bietet ABACUS eine kostengünstige und einfach zu administrierende E-Commerce-Lösung an. Der „AbaShop“ ist voll in das ABACUS-ERP-System integriert. Der AbaShop kann selber betrieben werden. Optional bietet ABACUS gegen eine monatliche Gebühr das Hosting an.

Internet Agentur

PERMASHOP zeichnet selbst für das Design der Webseiten verantwortlich. Die Erstellung von Grafiken wird teilweise an Freelancer vergeben.

Geschäftspartner

Auf der B2B-Seite arbeitet PERMASHOP für den Formel 1 Rennstall Sauber, den FC Basel und den FC Aarau. Diese sind Markengeber für den Verkauf von Fanartikeln.

Partnerwahl

Die PERMASHOP ist eine ABACUS-Anwenderin der ersten Stunde. Aufgrund der vorhandenen Zufriedenheit mit dem bereits eingesetzten ERP-Modul „Auftragsbearbeitung“ war der Entscheid für das neu entwickelte, darauf aufbauende E-Commerce-Modul „AbaShop“ eine nahe liegende Entscheidung. Hinzu kamen die Vorteile durch die Integration der beiden Applikationen und das Angebot eines kostengünstigen Betriebs der ASP-Plattform.

7.3 Integration zwischen Auftragsbearbeitung und E-Shop**7.3.1 Geschäftssicht**

PERMASHOP unterhält Beziehungen zu verschiedenen Parteien, welche als Lizenzgeber die Rechte für die Nutzung der Marken und Kennzeichen übertragen (vgl. Abb. 7.2). Die eigentlichen Endkunden sind die „Fans“, die Käufer der Fanartikel (B2C-Geschäft). PERMASHOP zahlt Lizenzgebühren an seine B2B-Partner und bezieht Einnahmen aus dem Verkauf von Produkten an Endkunden (B2C). Sowohl Umsatz als auch Gewinn sind stark abhängig vom jeweiligen Erfolg der Markengeber.

Seit 1998 gibt es die Möglichkeit zur Bestellung über einen E-Shop. Der Geschäftsführer, Markus Ischi, war von Anfang an überzeugt, dass der elektronische Kanal eine wichtige Schnittstelle zum Kunden darstellt. Der E-Shop ist heute im Versand der primäre Vertriebskanal (ca. 60 % des Umsatzes).

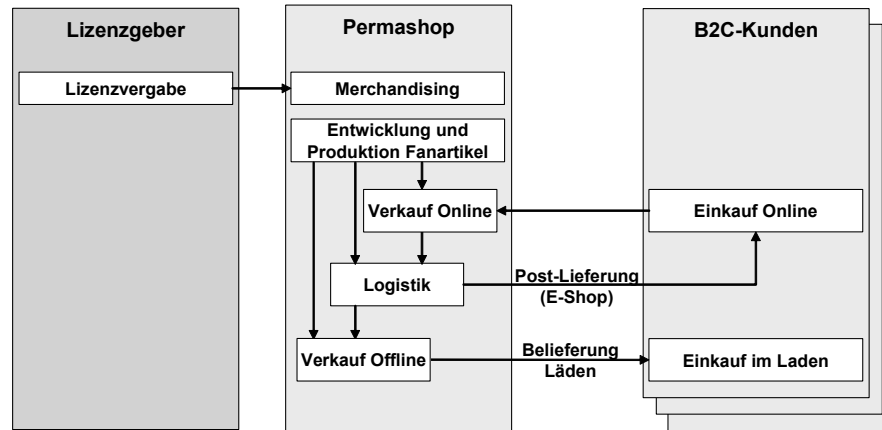


Abb. 7.2: PERMASHOP als Drehscheibe zwischen Stars (Lizenzgeber) und Fans (Kunden)

7.3.2 Prozesssicht

Der E-Shop unterstützt die folgenden Prozesse: (1) Übertragung der Artikeldaten auf den AbacusCity-Server, (2) Anmeldung eines Kunden im E-Shop, (3) Zusammenstellen des Warenkorbs und Bestellauslösung, (4) Prüfung/ Abwicklung der Zahlungstransaktion und der Bonität des Kunden und (5) Übernahme der Bestell-/Kundendaten in das ERP-Modul Auftragsbearbeitung, (6) Versand der EBPP-Rechnungen via AbacusCity.

Übertragung der Artikeldaten auf den AbacusCity-Server

Zentrales Element des E-Shops ist der elektronische Produktkatalog. Dieser wird aus den komplexen Artikelstammdaten der Auftragsbearbeitung generiert (vgl. Abb. 7.1). Ein besonderes Feature, das von PERMASHOP eingesetzt wird, ist die Wahl eines spezifischen Designs für den entsprechenden Artikel. Im Artikelstamm sorgt das Ankreuzen eines bestimmten Feldes dafür, dass Fanartikel des FC Basel auch nur im E-Shop des FC Basel erscheinen, obwohl die Datenbank auch die Artikel anderer lizenzierter Marken enthält. Das E-Shop-Modul liest die Datensätze der Artikel, die im Produktkatalog erscheinen sollen, aus dem Artikelstamm aus. Die Datensätze werden in XML-Dateien zusammengefasst und komprimiert. Über das Internet schickt das E-Shop-Modul – wahlweise verschlüsselt – die XML-Dateien an den E-Shop-Server, wo sie wieder in ein proprietäres Datenformat umgewandelt und in einer Datenbank gespeichert werden. Auf diesem Wege gelangen auch die Kundendaten zum E-Shop-Server.

Anmeldung im E-Shop/Anmeldung für PayNet

Neukunden geben ihre Daten bei der Anmeldung selbst ein. Es erfolgt eine automatische Kreditprüfung. Kunden, die kein Clearing erhalten, bekommen die Option „Rechnung“ im E-Shop nicht angeboten (nur Kreditkarten/Postcard).

Für die Benutzung von PayNet (mehr dazu im Fachbeitrag Tanner/Koch, S. 157) muss eine separate Anmeldung ausgefüllt werden (vgl. Abb. 7.3). Der Prozess dazu wird in der Online-Banking-Umgebung gestartet.

Willkommen bei PERMASHOP AG - Microsoft Internet Explorer

perma SHOP
PERMASHOP AG CH-4435 Niederdorf
merchandising - services - consulting

FC BASEL SHOP
SAUBER PETRONAS SHOP

Lieber User, lieber Fan,
Willkommen bei PERMASHOP AG

Auf dieser Seite können Sie sich für die Elektronische Rechnung (EBPP) der PERMASHOP AG anmelden. Diese Anmeldung gilt sowohl für Bestellungen die Sie im FC BASEL Online Fan Shop als auch für Bestellungen die Sie im SAUBER PETRONAS Online Fan Shop tätigen. Für Bestellungen die Sie telefonisch, per FAX oder e-Mail bei der PERMASHOP AG einrichten, werden Sie durch diese Anmeldung zukünftig auch eine Elektronische Rechnung erhalten.

EBPP Anmeldung

EBPP steht für Electronic Bill Presentment and Payment. Die Grundidee von EBPP ist die durchgängige elektronische Verarbeitung von Rechnungen und deren Bezahlung. Der ganze Prozess von der Rechnungsstellung über den Rechnungsempfang bis zur Bezahlung, soll elektronisch und möglichst automatisiert

EBPP Angaben

Netzwerk *PayNet*
Ihre Teilnehmer-Nummer *41010212755090052*

Neu anmelden

Anmelden

Sprache

E-Mail-Adresse

Anrede

Abb. 7.3: Anmeldung für PayNet-Rechnungen von PERMASHOP

Fulfillment

Der E-Shop bietet die Möglichkeit mit verschiedene Kreditkarten (Mastercard/Eurocard, VISA, Diners, American Express) oder auf Rechnung (seit neuestem mit der Option für Electronic Bill Presentment and Payment, EBPP) zu bezahlen (vgl. Abb. 7.4).

Zahlungsart



Sicherheitsgarantie:

Alle Daten auf dieser Seite werden ausschliesslich SSL-verschlüsselt übertragen.

-  Mastercard Eurocard
-  Post
-  VISA
-  Rechnung (Papier- oder Onlinerechnung)
-  Diners
-  American Express

Abb. 7.4: Zahlungsoptionen im E-Shop

Payment Gateway

Die Prüfung und Abrechnung von Kreditkartentransaktionen erfolgt über yellow-pay, ein Angebot von PostFinance. Bis vor kurzem wurden Kreditkarteninformationen manuell an einem speziellen Kreditkartenterminal geprüft. VISA stellt eine entsprechende Internetapplikation für Händler zur Verfügung. Die manuelle Prüfung wird heute nur noch für American Express Karten vorgenommen.

Für das Clearing von Kreditkarten muss ein Shopbetreiber einen Vertrag mit Multipay oder der Corner Bank abgeschlossen haben. Zudem schliesst er einen Vertrag mit PostFinance als Betreiberin des Payment-Servers ab. Aus dem AbaShop wird eine URL der PostFinance aufgerufen und die Parameter wie der Betrag etc. werden per URL übergeben. PostFinance meldet dem AbacusCity-Server, ob die Zahlung erfolgreich war oder nicht.

Datenübernahme in das ERP-Modul Auftragsbearbeitung

PERMASHOP-Mitarbeitende rufen mittels eines Mausklicks periodisch oder bei Bedarf die elektronisch eingegangenen Bestellungen ab. Alle Bestellungen, die sich in der Server-Datenbank befinden, werden daraufhin in ein proprietäres XML-Datenformat konvertiert, vom Shopserver an das E-Shop-Modul geschickt und von letzterem in der ERP-Datenbank zwischengespeichert. Die in der ERP-Datenbank zwischengespeicherten Bestellungen werden einzeln manuell geprüft und zur Weiterverarbeitung selektiert. Dadurch werden sie vom E-Shop-Modul als Auftrag in die Basismodule des ERP-Systems übernommen. Das ERP-System übernimmt

auch die weitere Bearbeitung des Auftrages bis zur Auslieferung und Rechnungsstellung.

Lieferung

Die Lieferungen werden von Mitarbeitenden der PERMASHOP kommissioniert, verpackt und mit der Post verschickt.

7.3.3 Anwendungssicht

Der E-Shop-Server benutzt dasselbe Datenformat wie das ERP-Basissystem. Im Prinzip besteht die Lösung aus zwei identischen Business-Softwarelösungen. Die für den Shop notwendigen Daten werden auf den AbacusCity-Server gespiegelt (vgl. Abb. 7.5).

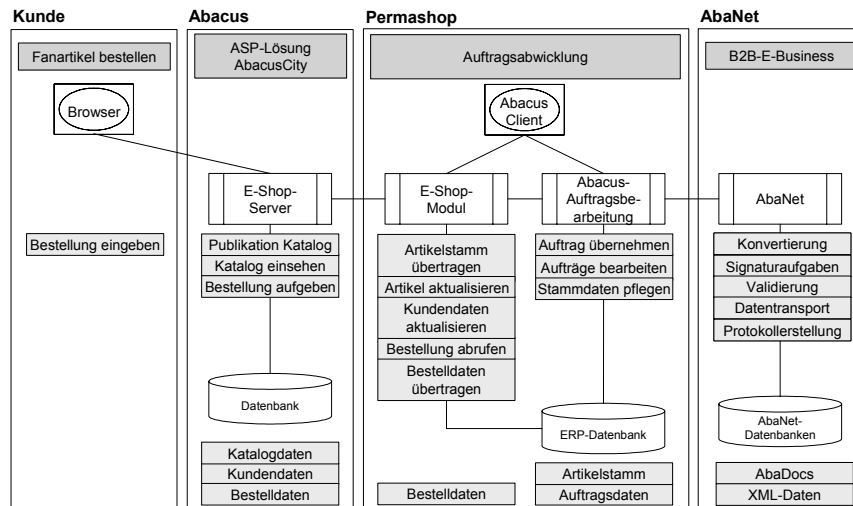


Abb. 7.5: Beteiligte Applikationen, Netzwerke und Hosting-Services

Das ERP-System markiert jede Veränderung an den für den Shop relevanten Stammdaten. Nach einem vorbestimmten Rhythmus oder nach manueller Aufforderung liest das E-Shop-Modul diese Daten aus und überträgt die mutierten Datensätze wie beschrieben zum Shop-Server. So werden die auf dem Shopperserver gespiegelten Daten stets aktuell gehalten. Produktdaten fließen dabei nur vom ERP zum Shop, während beispielsweise die Adressdaten zwischen beiden System synchronisiert werden, wobei im Falle eines Konfliktes (z.B. gleichzeitige Adressmutation) der PERMASHOP-Mitarbeitende das letzte Wort hat.

Die Publikation der Katalogdaten im Web und die Annahme der Bestellungen übernimmt der E-Shop-Server. Die Daten der eingehenden Bestellungen speichert er in seiner Datenbank.

7.3.4 Technische Sicht

PERMASHOP betreibt einen dedizierten Windows 2003 Server, auf dem das ABACUS-System läuft. Der Shop wird gehostet von der Firma ABACUS in St. Gallen und ist ein Teil von AbacusCity. PERMASHOP hat ca. 40 Domains registriert, die alle auf diesen Shop verweisen. Der Shop präsentiert sich je nach gewählter Domain in fünf verschiedenen Designs. Verschiedene Designs, die in einem einzigen physischen Shop integriert sind, erlauben die effiziente Abwicklung über eine einheitliche Struktur bei gleichzeitiger CI-konformer E-Shop-Präsentation für den Lizenzpartner. Für die Kommunikation zwischen E-Shop (St. Gallen) und ERP-Software (Niederdorf) benutzt PERMASHOP eine Internetverbindung über ADSL. Über diese sind auch die elektronischen Kassen in den physischen Verkaufsläden angebunden.

7.4 Implementierung

7.4.1 Projektmanagement und Redesign der Prozesse

Unter anderem für die Entwicklung und Einführung des AbaShops wurde ein bisheriger ABACUS-Mitarbeiter für 2 Jahre bei der PERMASHOP angestellt. Der Einstieg ins E-Business mit der Intershop-Lösung hatte unproportional viel gekostet (ca. 150'000 CHF). Die Intershop-Lösung war nicht mit dem bestehenden ERP-System integriert. Die Bestellungen kamen in Form von E-Mails an und mussten manuell in die ABACUS-Auftragsbearbeitung eingegeben werden. An Spitzentagen kamen bereits damals bis zu 100 Bestellungen pro Tag über diesen Weg. Die allgemeinen Verkaufsprozesse wurden im Laufe der Jahre schrittweise auf den Vertrieb über den elektronischen Kanal optimiert.

Die Entwicklung des Integrationsgrades verlief wie folgt:

1. Einstieg mit Intershop: Keine Integration der Systeme
2. AbaShop erste Phase: Nur Export der Artikeldaten ins Internet. Bestellsingang per E-Mail.
3. Heute: Datenabgleich in beide Richtungen. Kunden- und Bestelldaten werden auf Knopfdruck automatisch in die ABACUS-Auftragsbearbeitung übernommen.

4. Künftig: Koordinierter Abgleich der Lagerbestände zwischen E-Shop und ERP-System in Minutenintervallen. Dieser Vorgang ist im Moment in Entwicklung.

7.4.2 Softwarelösung/Programmierung

Die Entwicklung der E-Shop-Lösung erfolgte in einer partnerschaftlichen Kooperation zwischen ABACUS und PERMASHOP. Durch die Beschäftigung des ehemaligen ABACUS-Mitarbeiters war das notwendige Know-how im Projekt gewährleistet.

Grundsätzlich verfolgt ABACUS den Ansatz, dass keine Spezialfunktionen für einzelne Kunden entwickelt werden. Alle entwickelten Funktionen werden Bestandteil der betriebswirtschaftlichen Standardsoftware. Daher stellt ABACUS die Entwicklung von Funktionen den prototypischen Anwendern auch nicht gesondert in Rechnung, beispielsweise die Funktionalität mit unterschiedlichen Designs. Diese werden über den eingegebenen Domain-Namen erkannt. Wenn der Kunde z.B. www.fcshop.ch eingibt, werden nur die FCB-Produkte angezeigt. Die Kennzeichnung der Produkte erfolgt über ein spezielles Feld im Artikelstamm in der ABACUS-Auftragsbearbeitung. Auf diese Weise betreibt PERMASHOP eigentlich nur *einen einzigen* Shop, der sich durch verschiedene Front-Ends unterscheidet, die auch unterschiedliche Klassierungen und Suchfunktionen haben. Als Benutzer kann man sich mit einem einzigen Usernamen in allen Shops bewegen. Dadurch ist es theoretisch möglich, dass PERMASHOP einen Shop mit allen ihren Produkten betreibt.

AbacusCity bietet auch die Möglichkeit für das Einrichten spezieller Buy-Side-Lösungen. Die Mitarbeitenden eines grossen Sponsors werden beispielsweise über ihre IP-Nummer erkannt und bekommen in „ihrem“ Shop spezielle Preise angezeigt.

7.5 Erfahrungen aus dem Betrieb

7.5.1 Anwendung und Unterhalt

Wie bereits erläutert, wird der Shop-Server „AbacusCity“ von ABACUS betrieben und gewartet. PERMASHOP kann sich auf die Datenpflege im ERP-System und auf einfache Wartungsarbeiten beschränken.

Ca. 60 % der Bestellungen kommen heute über den E-Shop. Die übrigen 40 % kommen über Bestellkarte oder Telefon. An Spitzentagen (spezielle Events) gehen bis zu 500 Bestellungen über den E-Shop ein. Zu den Zeiten, als der Shop nicht integriert war, hat dies einen hohen Aufwand bei der Wiedererfassung verursacht.

Grundsätzlich funktioniert die Applikation im laufenden Betrieb sehr gut. Die Synchronisierung der Daten ist manchmal ein Problem. ABACUS reagiert hier als Hostingprovider sehr schnell und flexibel. Trotzdem kommt es manchmal zu Unterbrüchen.

7.5.2 Zielerreichung

Die Shoplösung von ABACUS bietet mehrere Vorteile. Zum Ersten ermöglicht die Integration in das ABACUS-ERP-System, dass die eingehenden Bestelldaten nicht manuell erfasst werden müssen. Damit entfallen Fehlerquellen und „Batch-Übertragungsläufe“. Zum Zweiten wird der Katalog aus den Artikelstammdaten der ERP-Datenbank generiert und aktualisiert, so dass die Datenpflege nur dort erfolgt. Zum Dritten wird der ABACUS-Shop von ABACUS gehostet. Dadurch sind für die Lösung keine zusätzlichen Investitionen in Hardware nötig und ABACUS übernimmt den Betrieb und die Wartung des Shoppers. ABACUS betreibt dazu eine Serverfarm mit modernen Sicherheitstechnologien, so dass Ausfallzeiten auf ein Minimum beschränkt sind.

Die Einführung des E-Shops verursachte *einmalige Kosten* für Software (E-Shop-Modul) von ca. 5000 CHF. Der Preis für das E-Shop-Modul richtet sich nach den bereits eingesetzten Modulen und der Anzahl der Nutzer. Der Aufwand für die Spezifikation der erweiterten Funktionalitäten sowie die Erstellung des Shopdesigns und Shopcontents kann mit 100'000 CHF geschätzt werden. Dafür ist die Funktionalität umfangreicher und die Gesamtlösung wesentlich benutzerfreundlicher und flexibler als bei der ersten Shoplösung. Es gab keine zusätzlichen Kosten für Hardware.

Die *laufenden Kosten* für die Lösung entstehen hauptsächlich durch die Nutzung des E-Shop-Servers. Die Kosten für AbacusCity betragen bei den gewählten Optionen und Mengen ca. 350 CHF pro Monat. Im Vergleich zum Angebot vergleichbarer Softwareanbieter sind die Gebühren für AbacusCity sehr niedrig.

Den *Nutzen* ihres Shops sieht PERMASHOP in erster Linie darin, dass der elektronische Kanal heute der Hauptabsatzkanal ist. Ca. 60 % der Bestellungen gehen über den E-Shop ein. PERMASHOP konnte dadurch eine Senkung der Bearbeitungskosten verzeichnen und kann auf teures Printmaterial teilweise verzichten. Die *Rentabilität* des E-Shops wird vom Geschäftsführer als sehr gut eingeschätzt. Er ist für PERMASHOP ein effizienter Kanal zum Kunden. Ein Printprodukt, wie z.B. eine Broschüre, kostet in der Erstellung bereits mindestens 20'000 CHF.

7.6 Erfolgsfaktoren

7.6.1 Spezialitäten der Lösung

Die Einführung des AbaShops stellte für PERMASHOP eine willkommene Ablösung der viel zu teuren Intershop-Lösung dar. Zu diesem Erfolg haben im Wesentlichen drei Faktoren beigetragen:

- Die vollständige Integration des E-Shop-Moduls in die übrige Business Software
- Die Nutzung des ASP-Angebots AbacusCity
- Die Unterstützung des Projekts durch einen ehemaligen ABACUS-Mitarbeitenden (Know-how)

Die Lösung basiert ausschliesslich auf Standardmodulen. Der AbaShop ist als Standard-E-Shop konzipiert, erlaubt es aber trotzdem, individuelle Gestaltungsvarianten in einen Webauftritt einzubringen. Die Lösung bleibt auch nach individuellen Modifikationen releasefähig, wodurch hohe Folgekosten vermieden werden.

7.6.2 Veränderungen

Ursprünglich hatte AbacusCity das Clearing der Kreditkarten als Standardmodul im Angebot. Dieser Service musste ausgelagert werden, da die laufenden Anpassungen der Schnittstellen (z.B. Einführung der neuen 3D-Secure- und Verified-By-Visa-Standards) zu teuer geworden waren. Heute läuft alles über das Netzwerk der PostFinance (Anbindung an yellowpay), was für die Kunden einen Mehraufwand (Verträge) und höhere Kosten bedeutete. PERMASHOP würde gerne das Angebot des Payment-Providers Saferpay einsetzen. Dieses ist aber vorläufig für AbacusCity nicht vorgesehen. Eigentlich wäre die konventionelle Methode der Kreditkartenprüfung über ein Kreditkartenterminal finanziell am günstigsten. Man bevorzugt aber die Abwicklung des Prozesses ohne manuelle Eingriffe.

PERMASHOP profitiert einerseits von sehr günstigen Hostinggebühren, begibt sich andererseits aber in eine hohe Abhängigkeit. Der Vertrieb ist heute von einem funktionstüchtigen E-Shop abhängig. Verbesserungen könnte man noch im Bereich Content Management erzielen. Der AbaShop hat kein Bearbeitungstool für normale Internetseiten. Will man die einzelnen Seiten nicht im Browser pflegen, muss man sie mit einer eigenen Software pflegen und per FTP auf den Server übertragen.

Ein neuer Artikel wird heute einmal im Artikelstamm (mit Bild und Text) erfasst und ist dann sowohl im Shop als auch in den elektronischen Kassen im Laden verfügbar (Verkäufer sehen das Bild). Die Produktdaten können komplett im ERP

definiert werden. Die Anzeige in den verschiedenen E-Shops (Domains) wird über ein Häkchen gesteuert.

Der AbaShop ist keine Spezialentwicklung, sondern eine echte Standardsoftware – sowohl im Bereich der Auftragsbearbeitung (ERP-System) als auch im E-Shop (E-Business-Applikation). PERMASHOP hat es geschickt verstanden, das bestehende Funktionsangebot einer Standardsoftware für die Unterstützung ihrer Geschäftstätigkeit zu optimieren.

7.6.3 Lessons Learned

Ein Projektmanagement in diesem Sinne existierte nicht. Das Vorgehen war wenig geplant und in der Retrospektive aus Führungssicht zu wenig systematisch. In der nächsten Phase wird es notwendig sein, im Bereich Projektmanagement eine professionellere Vorgehensweise zu verfolgen. Die Ziele müssen genau definiert und deren Erreichung muss kontrolliert werden.

Die partnerschaftliche Zusammenarbeit zwischen dem IT-Partner und PERMASHOP als Kundin im Bereich der Produktentwicklung war ein wesentlicher Erfolgsfaktor des Projekts.

E-Business ist Chefsache. Markus Ischi hat sich als Geschäftsführer von Anfang an persönlich für den elektronischen Kanal eingesetzt und das notwendige Know-how in das Projekt eingebracht.