



Shop in Kriens: Dank IT-Optimierungen schafft es die Firma ihre Produkte zu Online-Preisen anzubieten..

Bild: zVg

Bei Digitec entwickeln die Chefs noch selbst

Standard- oder Individualsoftware? Diese Frage stellen sich Firmen, die sehr individuelle Prozesse mittels Informatik optimieren wollen. Der Anbieter für IT-Produkte und Unterhaltungselektronik Digitec entschied sich für eine Eigenentwicklung. Dank ihr kann das Unternehmen sein Angebot über Nacht umstellen und Prozesse laufend verbessern.

Von Julia Nierle

Extrem kurze Produktlebenszyklen und niedrige Margen kennzeichnen die IT- und Unterhaltungselektronik-Branche. Wer unter diesen schwierigen Bedingungen dauerhaft erfolgreich sein will, muss seine Prozesse optimieren. Auch das Handelsunternehmen Digitec wollte seine Auftragsverarbeitung und den Onlineshop effizient in nur einem System abbilden. Einziges Problem: Als das Unternehmen im Jahr 2001 gegrün-

det wurde, gab es auf dem Markt nur wenig ausgereifte und zudem kostengünstige Standardsoftware für Onlineshops. So entschied sich das Unternehmen, das als reiner Onlineanbieter startete, für die Programmierung einer individuellen Software. Mit dieser Eigenentwicklung sollte der Spagat zwischen hoher Servicequalität und niedrigen Preisen geschafft werden – und das sowohl im Onlineshop als auch im Ladengeschäft, im Call Center oder bei Bestellungen via E-Mail. Diese Entscheidung sollte sich im

Nachhinein als genau richtig erweisen.

Schneller und günstiger mit eigener Software

Digitecs erste Individualsoftware wurde von der Geschäftsleitung komplett selbst entwickelt. Das ERP-System und der Onlineshop sind die zentralen Anwendungen bei Digitec. Beide greifen auf eine gemeinsame Datenbank zu, in der Produktstammdaten, Kundenstammdaten, Transaktions- und Lagerdaten zentral gespeichert

werden. Mittlerweile beschäftigt die Firma mehrere Programmierer. Die Projektleitung bei der Softwareentwicklung übernehmen jedoch nach wie vor die drei Geschäftsführer. Sie sind mit den gesamten Abläufen im Unternehmen vertraut.

Softwareentwickler im Haus zu haben bedeutet für das Handelsunternehmen, sein System innerhalb von Stunden kostengünstig und flexibel an geänderte Abläufe anpassen zu können. Das ist im schnelllebigen IT- und Unterhaltungselek-

eXperience: Beispiele aus der Praxis

SOFTWAREENTWICKLUNG ALS KERNKOMPETENZ

Von Ralf Wölfle

Digitec hat sich viel vorgenommen. Gestartet als reiner Onlinehändler hatte das Unternehmen Kostenvorteile gegenüber allen Wettbewerbern, die ihre Ware in teuren Ladengeschäften anpreisen und ihre Kunden zudem noch persönlich beraten. Während letztere sich nach und nach den Onlinekanal erschliessen, macht Digitec nun das Gegenteil: das Unternehmen eröffnet Filialen und baut die persönliche Beratung aus. Werden sich nun die vormals günstigen Preise denen des Mittelstands anpassen? Digitec sagt: Nein.

Mit selbst ausgeklügelten Prozessen und einer optimalen Steuerung durch eigenentwickelte Software will Digitec die operative Effizienz so hoch trimmen, dass man die besseren Services auch ohne Preiserhöhung bereitstellen kann. Wenn das gelingt, werden die Branchenkollegen aber übel vorgeführt. Man kann diese Konkurrenz auch als einen Wettbewerb zwischen Standardsoftware und Individualsoftware ansehen. Standardsoftware beherrscht das Feld – Digitec mit seiner Individuallösung ist der Herausforderer. Die einen haben bewährte Lösungen, die als State-of-the-art gelten,

der andere wills besser machen. Und vor allem schneller. Wir sind gespannt, wie das Rennen ausgeht.

PROF. RALF WÖLFLE



ist Leiter des Competence Center E-Business Basel der Hochschule für Wirtschaft, Fachhochschule Nordwestschweiz FHNW. Er ist Mitherausgeber von zehn Büchern und Autor zahlreicher Artikel und Broschüren zu E-Business. Als Initiator

trägt er die Verantwortung für die Fallstudien-Datenbank www.eXperience-online.ch. Ralf Wölfle ist Vorstandsmitglied im Branchenverband Simsa und Jury-Präsident der Kategorie «Business Efficiency» beim Branchenwettbewerb «Best of Swiss Web».

ralf.woelfle@fhnw.ch

eXperience-online.ch ist die führende deutschsprachige Wissensdatenbank für IT-Management und E-Business. Sie wurde im Herbst 2002 durch das Staatssekretariat für Wirtschaft (Seco) lanciert. Hier finden Berufsleute umfassendes Know-how aus über 300 erfolgreich realisierten Projekten.

Fachleute geben Einblick in ihre Lösungen und Erfahrungen: www.eXperience-online.ch

tronikgeschäft ein entscheidender Marktanteil. Die Software des Handelsunternehmens wird laufend verbessert und trotzdem nach etwa fünf Jahren durch ein komplett neues System ersetzt. In dieser Zeit ändern sich die Vorstellungen und Erwartungen an das System so stark, dass man mit einem Neuaufbau bessere Lösungen erzielt als mit dem Weiterführen des veralteten Systems. Das geht nur, weil die Softwareentwicklung zu einer Kernkompetenz des Handelsunternehmens geworden ist. Bei seiner Hardware setzt Digitec hingegen auf externe Unterstützung: Der Betrieb und der Support der serverseitigen Hardwaresysteme wurden fast vollständig an ein Service Center ausgelagert. Alle Firmenstandorte sind über Standleitungen direkt mit ihm verbunden.

Effiziente Prozesse und mehr Service

Mit seiner Eigenentwicklung ist Digitec immer up to date. Die moderne IT-Infrastruktur erlaubt es dem Unternehmen, die Dienstleistungen für seine Kunden stetig auszubauen. Neben einem benutzer-

freundlichen Onlineshop mit über 25 000 Artikeln bietet es Beratung, Lieferservice, Installation und Garantieverlängerungen. Damit die Kunden die Artikel leichter finden, wird grossen Wert auf die Benutzerfreundlichkeit des Onlinekatalogs gelegt. Kunden profitieren so von einer intuitiven Bedienung und guten Such- und Vergleichsmöglichkeiten der Produkte. Ergänzend zum elektronischen Produktkatalog kann sich der Kunde in den Ladengeschäften persönlich, im Call Center telefonisch oder auch per E-Mail beraten lassen. Der Service von Digitec geht damit eindeutig über den eines reinen Onlineshops hinaus.

Das Unternehmen setzt gezielt auf eine Mehrkanalstrategie: Es bündelt das Angebot von Herstellern und Grosshändlern und leitet es über mehrere Kanäle an die Kunden weiter. Bei der Bestellung kann sich der Kunde aussuchen, ob seine Ware nach Hause geliefert werden soll oder ob er sie in einem der Ladengeschäfte in Zürich, Dietikon, Winterthur, Kleindöttingen oder Kriens selbst abholen will. Etwa 5 000 Artikel befinden sich im firmeneigenen Logistikzentrum in

Wohlen. Die restlichen Artikel werden bei Bedarf direkt von den Herstellern und Grosslieferanten bezogen. Der Versand an den Kunden erfolgt per Post oder Spedition. Digitec bietet seinen Kunden in diesem Zusammenhang ein paar Zusatzfunktionen im Onlineshop: In seinem Kundenkonto kann der Käufer den Status seiner Lieferung individuell abrufen. Ausserdem kann er beim Versand durch die Post online mitverfolgen, wo sich sein Paket gerade befindet (Tracking und Tracing). Änderungen an den zuvor vereinbarten Lieferdetails werden den Kunden automatisch per E-Mail mitgeteilt.

Mit einer Mehrkanalstrategie zum Erfolg

Das Konzept des Mehrkanalvertriebs mit moderner IT-Infrastruktur und effizienten Arbeitsabläufen ist aufgegangen: Digitec hat sich zu einem Einzelhändler mit zentralem Logistikzentrum, mehreren Ladengeschäften und einem gut ausgebauten Onlineshop entwickelt. Dank der verschiedenen IT-Optimierungen schafft es die Firma, in ihren Ladengeschäften

die Produkte zu den Preisen eines reinen Onlineanbieters anzubieten – und wächst dabei 50 bis 100 Prozent pro Jahr. Informatik und E-Business machen es möglich.

Trotzdem können Mitbewerber die Erfolgsrezepte nicht so leicht kopieren. Dass das Experiment Eigenentwicklung bei diesem Handelsunternehmen derart gut funktioniert hat, beruht zu einem grossen Teil darauf, dass die Geschäftsführer selbst über eine hohe IT-Kompetenz verfügen. Ein anderer Erfolgsfaktor ist die hohe Flexibilität der Software, die es ermöglicht, schnell auf Veränderungen am Markt oder im eigenen Unternehmen reagieren zu können.

DIE AUTORIN



Julia Nierle, Magistra Artium (M.A.), ist am Institut für Wirtschaftsinformatik der Fachhochschule Nordwestschweiz FHNW im Bereich Kommunikation tätig.

julia.nierle@fhnw.ch