

**ibi**

# Ohne Warenwirtschaft geht es nicht

So finden Händler das passende System



**01** Was ist ein Warenwirtschaftssystem?

**02** Warum brauche ich eigentlich ein Warenwirtschaftssystem?

**03** Wie komme ich zum passenden Warenwirtschaftssystem?

**04** Fazit und Ausblick

**05** Fragerunde



**01**

**Was ist ein Waren-  
wirtschaftssystem?**

Das **Warenwirtschaftssystem** ist das zentrale IT-System in Handelsunternehmen.

Es unterstützt die dispositiven, logistischen und abrechnungsbezogenen Aufgaben eines Handelsunternehmens.

Es ist zu unterscheiden zwischen zentralen Warenwirtschaftssystemen und Filialwarenwirtschaftssystemen, die als dezentrale Systeme nur Funktionalitäten der Filiale unterstützen.

Verkauf/Fakturierung

Einkauf/Beschaffungsplanung

Logistik/Lager      Statistik      Planung

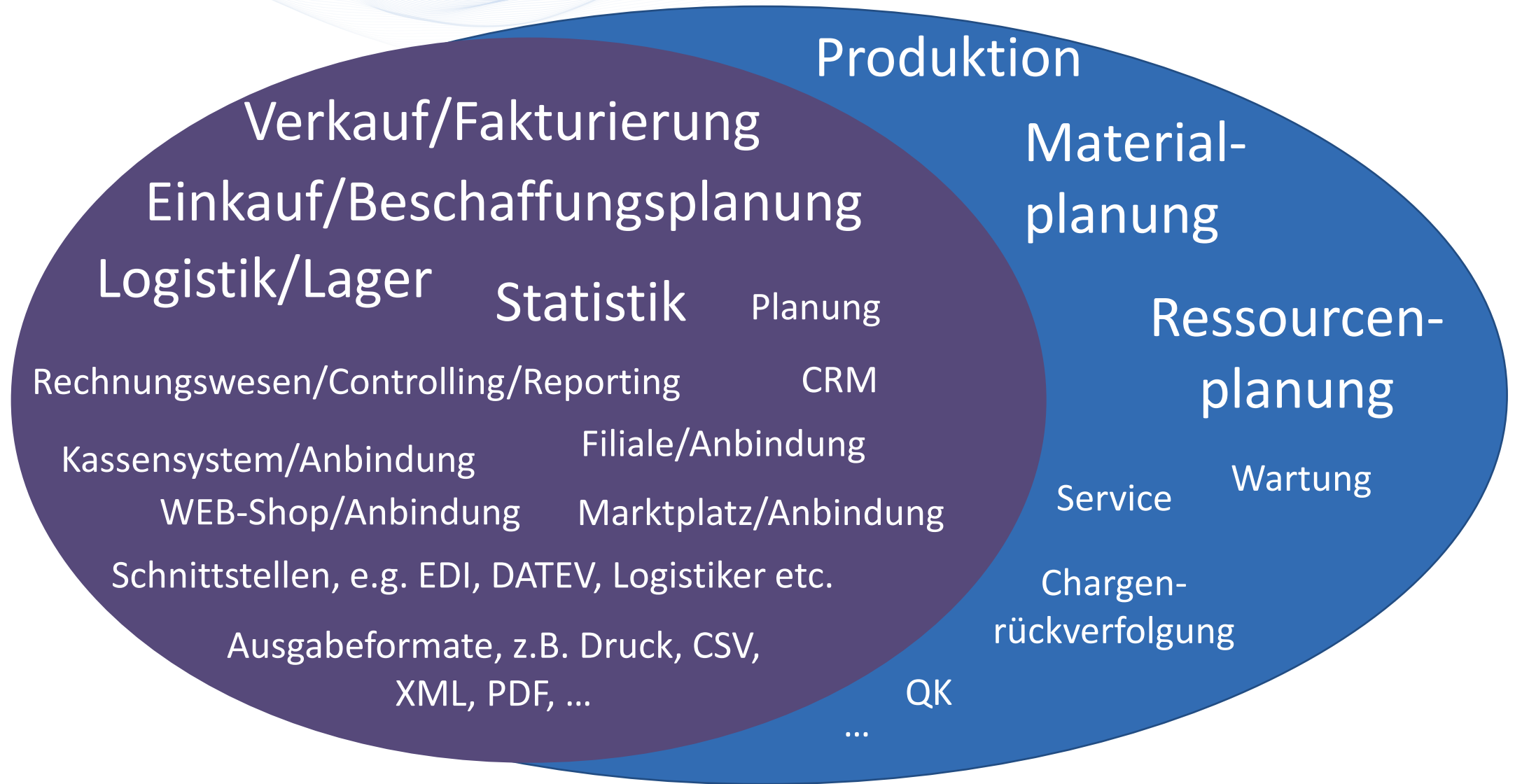
Rechnungswesen/Controlling/Reporting      CRM

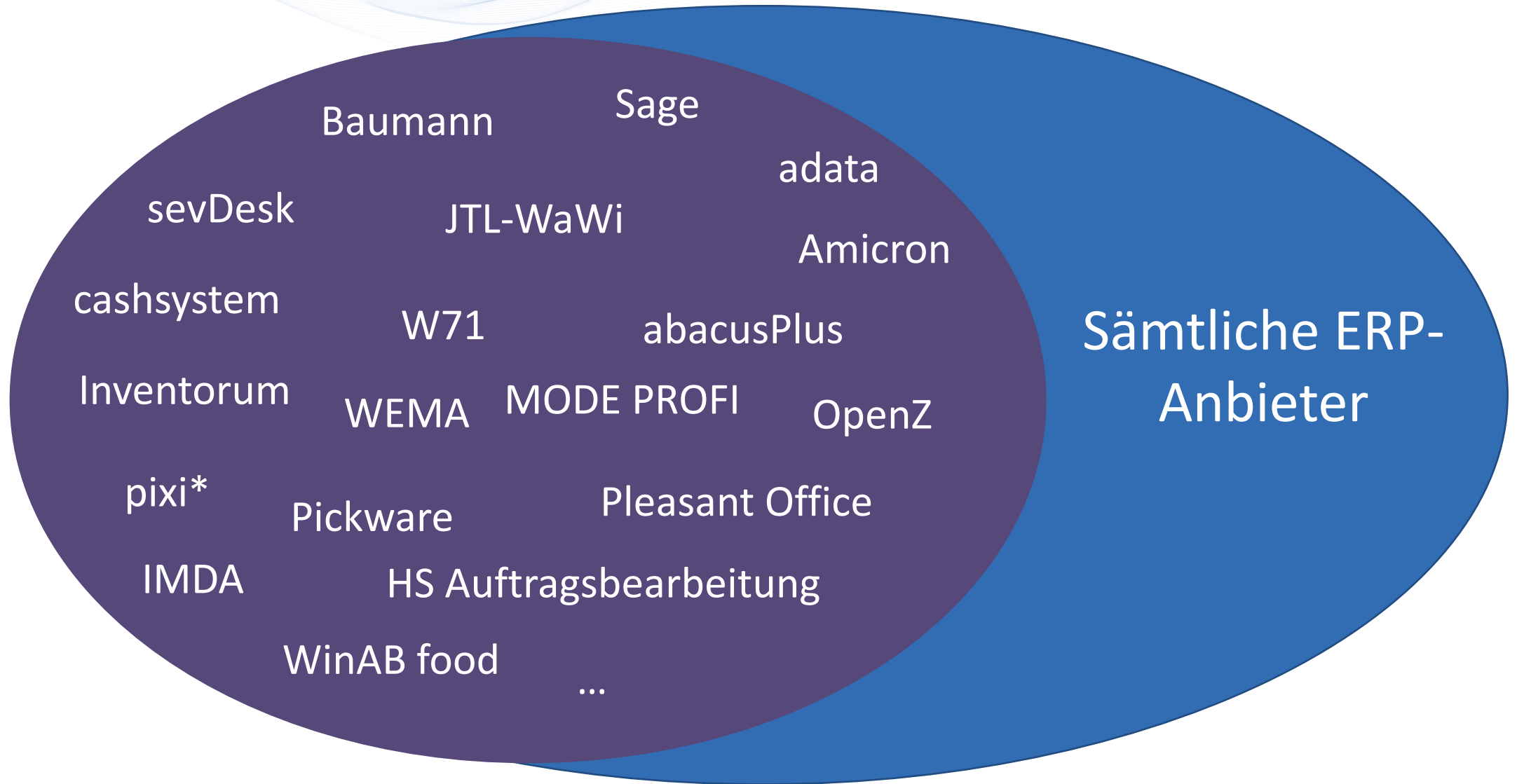
Kassensystem/Anbindung      Filiale/Anbindung

WEB-Shop/Anbindung      Marktplatz/Anbindung

Schnittstellen, e.g. EDI, DATEV, Logistiker etc.

Ausgabeformate, z.B. Druck, CSV,  
XML, PDF, ...







**02**

**Warum brauche ich  
eigentlich ein  
Warenwirtschaftssystem?**

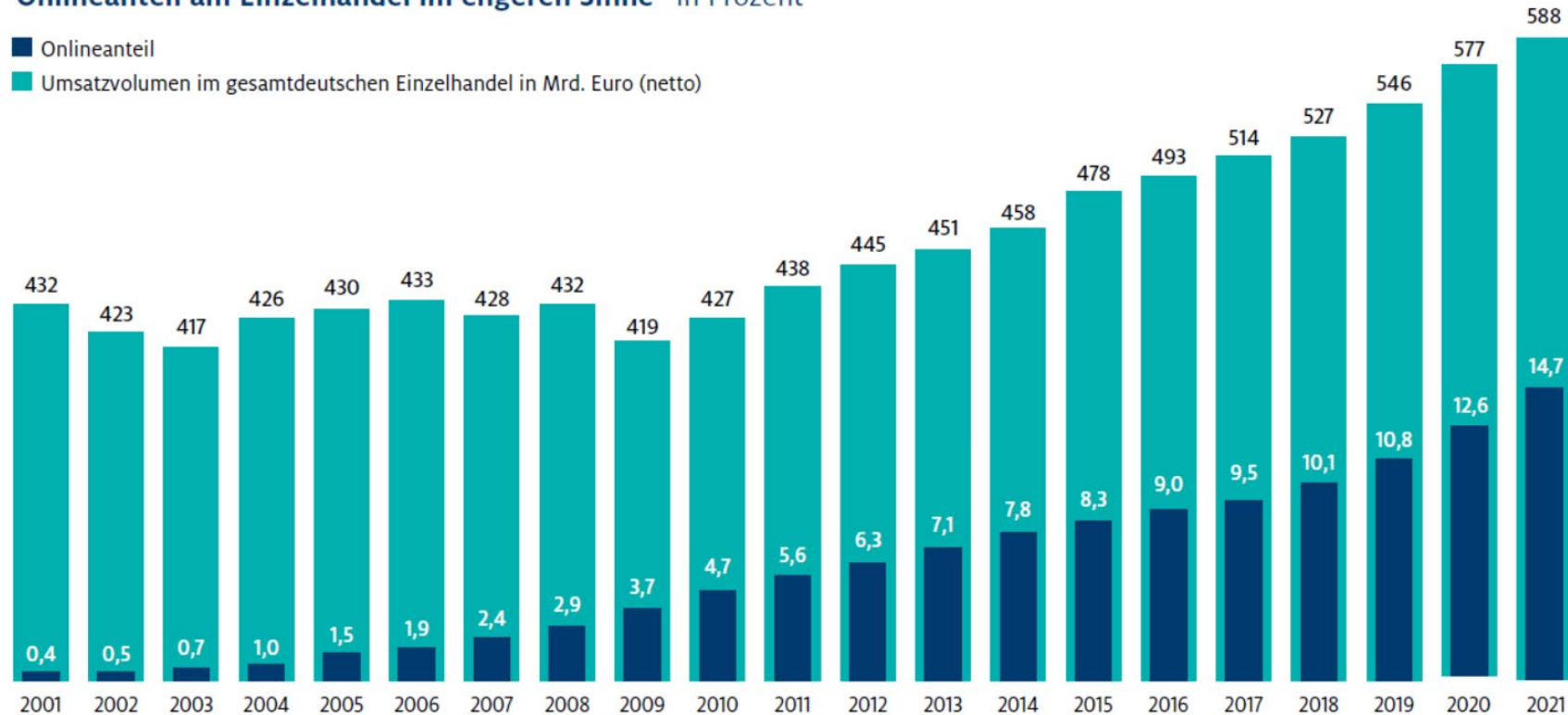


# Der Anteil des E-Commerce am deutsche Einzelhandelsumsatz wächst kontinuierlich

## Onlineanteil am Einzelhandel im engeren Sinne\* in Prozent

■ Onlineanteil

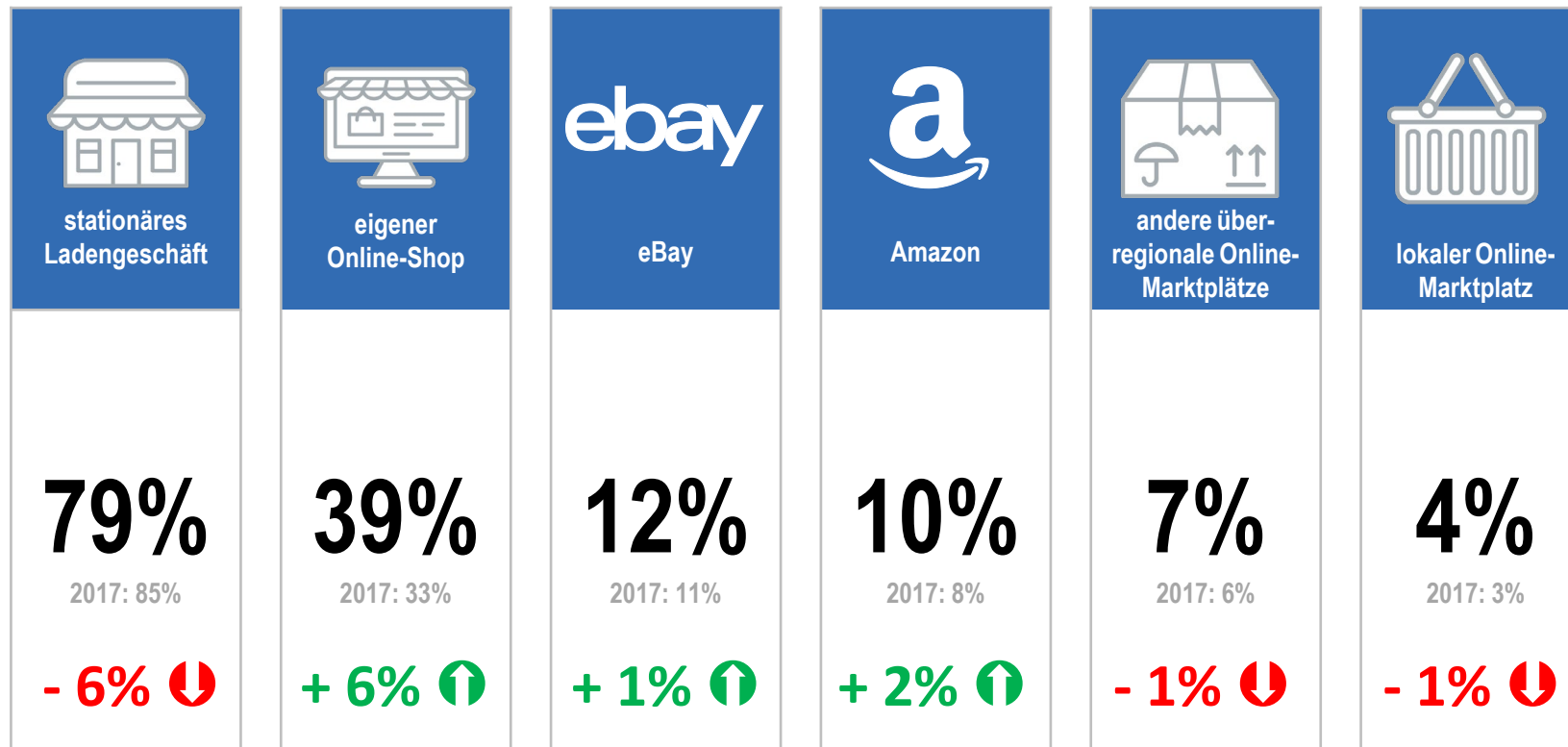
■ Umsatzvolumen im gesamtdeutschen Einzelhandel in Mrd. Euro (netto)



\* Einzelhandel im engeren Sinne bezeichnet die institutionellen Einzelhandelsformen in Deutschland einschließlich ihrer Onlineumsätze, ohne Apotheken, Kfz-, Bren- und Kraftstoffhandel.

# Der Großteil der Einzelhändler verkauft nach wie vor stationär – ein Drittel betreibt einen Online-Shop

Über welche Vertriebskanäle verkaufen Sie derzeit Ihre Produkte bzw. Dienstleistungen?  
Mehrfachauswahl möglich



# Exkurs: Zalando Connected Retail



## Registrierungsprozess

- Ausfüllen des Stammdatenblattes und Unterzeichnung des Partner-Vertrages
- Beantragen eines DHL Accounts oder gegebenenfalls auch mit Hermes (jedoch regional abhängig)
- **Sie brauchen ein Warenwirtschaftssystem, das in der Lage ist, in regelmäßigen Abständen einen CSV Export an unsere REST-API zu pushen.**

## Kosten

- Sowohl die technische Anbindung als auch die Kooperation ist kostenfrei.
- Üblicherweise kostet jede weitergeleitete Bestellung eine Vermittlungsprovision, die in der Höhe vom Verkaufspreis des Artikels abhängt und zwischen 5% und 20% liegt. Schnitt 13%.
- Preise für die Artikel bestimmt der Händler

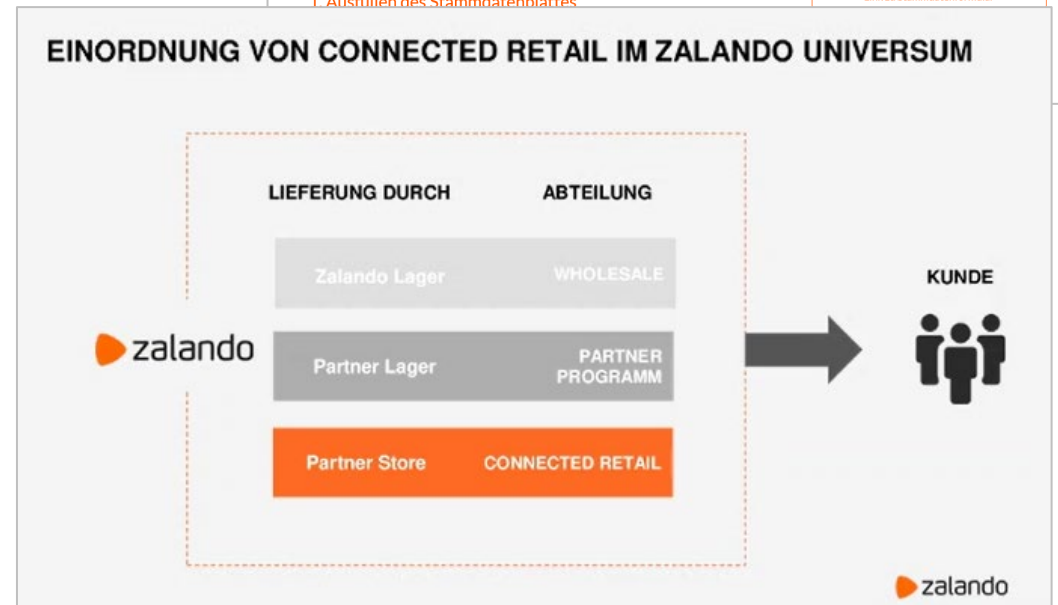
zalando Connected Retail

## So legen Sie mit Connected Retail los

Folgen Sie diesen Schritten, um loszulegen, oder kontaktieren Sie uns, um mehr zu erfahren.

Hinweis: Der Verkauf über das Connected Retail Programm beschränkt sich aktuell noch auf Artikel, die bereits auf der Zalando-Plattform verkauft werden. Ob die Marken in Ihrem Sortiment dazugehören, können Sie über [www.zalando.de](http://www.zalando.de) prüfen. Innerhalb der nächsten Wochen werden Sie jedoch auch weitere Artikel über Zalando verkaufen können. Wir werden Sie informiert halten, wie und wann Sie damit loslegen können.

1. Ausfüllen des Stammdatenblattes [Link zu Stammdatenformular](#)



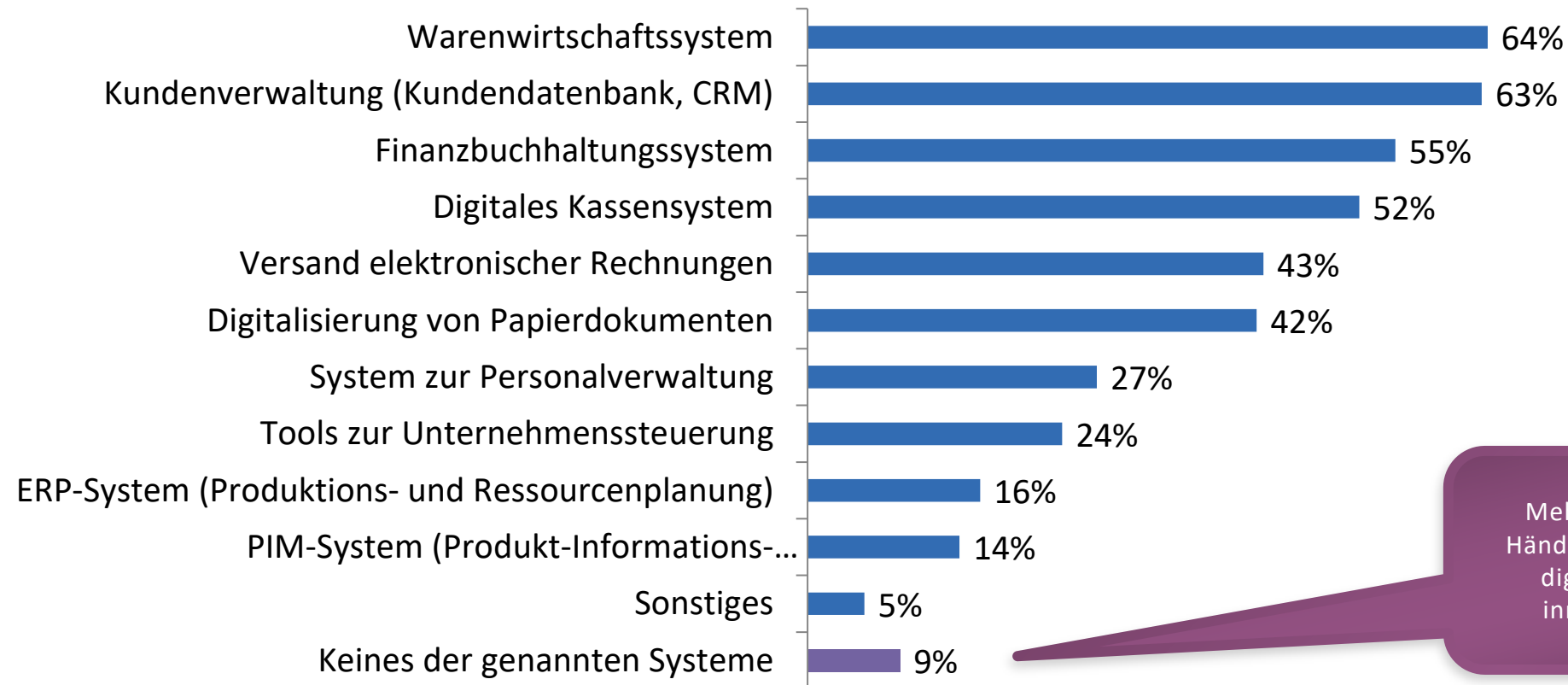
# Funktionsweise von Marktplätzen bzw. Online-Shops



# 9 von 10 Händlern nutzen digitale Anwendungen für innerbetriebliche Prozesse – je größer der Händler, desto häufiger

Welche Technologien/Anwendungen haben Sie für innerbetriebliche Abläufe (Back-Office-Abläufe) in Ihrem Unternehmen im Einsatz?

Mehrfachauswahl möglich



Mehr als jeder zehnte kleine Händler verzichtet komplett auf digitale Anwendungen für innerbetriebliche Abläufe

# Aufwand einzelner Themen und Aufgaben beim Aufbau eines Online-Shops –Produkt-daten bereiten den meisten Aufwand



Thema/Aufgabe	Höher als erwartet	Wie erwartet	Niedriger als erwartet	Kein Thema bei der Umsetzung
Aufbereitung bzw. Bereitstellung der Produktdaten	55%	35%	8%	2%
Projektkoordination im Allgemeinen	52%	41%	3%	5%
Anpassung der eingesetzten Standardsoftware	46%	43%	6%	5%
Konfiguration bzw. Parametrisierung von Standardmodulen	38%	45%	8%	9%
Integration bzw. Anpassung der Unternehmensprozesse	36%	42%	3%	19%
Umsetzung kundenindividueller Preislisten	35%	31%	3%	31%
Verknüpfung des Shop-Systems mit weiteren Vertriebskanälen	32%	34%	5%	29%
Akzeptanz und Nutzung durch den Kunden	29%	48%	18%	5%
Identifikation der "richtigen" Agentur	23%	44%	6%	27%
Entwicklung des Layouts des Shops	20%	71%	8%	2%
Commitment und Akzeptanz der eigenen Mitarbeiter	18%	62%	9%	11%
Zuweisung der unterschiedlichen Autorisierungsebenen	18%	46%	8%	28%
Kundenspezifische Nutzeroberfläche	17%	39%	3%	41%
Auswahl und Integration der Zahlungsverfahren/PSPs	15%	45%	12%	28%

Quelle: ibi research; Studie „B2B-E-Commerce 2020“; 75 < n < 78 Experten

Frage: „Wie war der Aufwand der folgenden Themen/Aufgaben bei der Umsetzung Ihres Online-Shops?“



**03**

**Wie komme ich zum  
passendes  
Warenwirtschaftssystem?**

# Achten Sie auf eine professionelle Softwareauswahl



- Systemauswahl der eigenen Situation anpassen – Welche Lösungen kommen überhaupt in Frage?
- Auswahl und Einführung einer WaWi als Projekt behandeln → strukturierter Prozess
- Ziele identifizieren – was will ich erreichen? Verbesserungspotenziale?
- Präzise Beschreibung der eigenen Anforderungen aus Prozesssicht, nicht aus funktionaler und technischer Sicht → Ermittlung von Soll-Prozessen und prozessualen Anforderungen
  - Entwurf von Soll-Prozessen; ggf. mit externen Beratern
  - Abstimmung der Soll-Prozesse mit Fachbereichen im Rahmen von Workshops
  - Erstellung einer finalen Soll-IT-Systemlandkarte
- Nicht immer die Standard-Software an die Prozesse anpassen - eigene Abläufe anpassen!
- Je komplexer das Umfeld und die Anforderungen, desto klarer muss die Kommunikation mit den potenziellen Anbietern sein
- Strukturierte Workshops entlang der Kernprozesse nach vorgegebener Agenda – kein „Bilder gucken“; in weniger komplexen Umfeldern evtl. Testinstallation
- Je komplexer das Umfeld, desto individuellere Verträge, ggf. mit fachlicher und juristischer Begleitung



# Beispiel für die Zielfestlegung: Was veranlasst uns, eine neue Software einzuführen?

Aktuelles System	Fehler/Probleme (Beispiele)
XY Software als ERP-System	Extrem lange Ladezeiten
	Generell fehlerhafte Kommunikation von Schnittstellen zwischen ERP und Amazon/Shopware/ Ebay etc.
	Fehlende oder falsche Synchronisierung der Daten bezüglich Artikelbeschreibung, Preis, inaktive Artikel, Bilder, angehängte Daten, Lagerbestand und viele mehr
	Keine Rückkoppelung/Aktualisierung des Bezahlstatus (Shopware)
	Keine Rückkoppelung/Aktualisierung des Versandstatus und damit Sendungsnummern-Übertragung
	Es kann keine Umsatzsteuer-Voranmeldung aus dem System abgegeben werden
	Zusammenfassende Meldung kann nicht abgegeben werden
	Diverse Aufbaufehler des Programms (nicht klar aufrufbare Reports)
	Teilweise falsche Verbuchungen im System (z.B. Amazon-Werbekosten)
	Allgemein fehlerhafte Buchungen, die nicht zugeordnet werden können (z.B. Einlesen MT-940-Datei)

# Beispiel für die Zielfestlegung: Was ist unser Vorhaben, welche Leistungen müssen erbracht werden?

Künftiges System	Grob skizzierte Anforderungen
?	Gewährleistung IT-Sicherheit und Übertragung von verschlüsselten Daten
	Übertragung aller relevanten Artikeldaten über Schnittstellen an die gängigen Marktplätze (Amazon, Shopware, Ebay)
	Einfache Artikelanlage im System mit diversen Details sollten möglich sein
	Einwandfreie Synchronisierung der Daten (sollte auch mit einem Klick möglich sein)
	Wechselseitige Kommunikation mit einschlägigen Zahlungsanbietern (z.B. Klarna, Paypal)
	Auftragsabwicklung ohne manuelles Eingreifen
	Umsatzsteuerliche Regelungen als automatisierter Prozess
	Versandstatus und Zahlungsstatus im Shop aus dem ERP heraus aktualisieren
	Übernahme und Integration von Alt-Daten aus dem bestehenden ERP-System in das neue.
	Hoher Automatisierungsgrad (z.B. Verbuchung, Lieferschein erzeugen, etc.)

# Beispiel für die Zielfestlegung: Was sind unsere Ziele der Software-Einführung?

Ziele	
Ziele	Gewährleistung der IT-Sicherheit und Datenschutz
	Digitale Prozessautomatisierung und Optimierung zur einfacheren Abwicklung
	Steigerung der Personaleffizienz: Verminderung der manuellen Ressourcen bei gleichzeitigem Einsetzen in herausfordernde und nicht-administrative Tätigkeiten (Marketing, Vertrieb und weitere)
	Generierung aussagekräftiger Datenanalysen zum Zwecke der Prozess- und Produktoptimierung
	Implementierung der Customer Centricity (Neukundengewinnung und Bestandskundenbindung anhand digitalisierter Prozesse bei der Bestellung)

# Erstellen eines Anforderungskatalogs

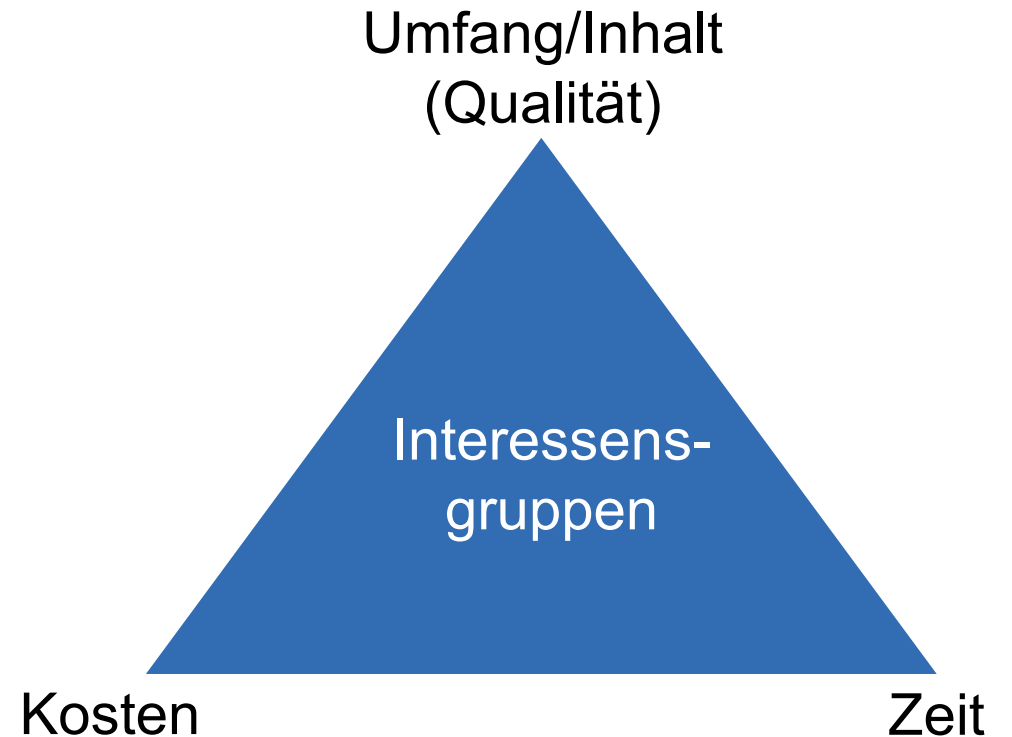
- Eingrenzung relevanter Auswahlkriterien (Funktionen, Skalierbarkeit, Preis, ...)
- Fachbereichsbezogene Selektion und Gewichtung der funktionalen Kriterien; ggf. während eines gemeinsamen Workshops (z. B. Buchhaltung, Vertrieb)
- Identifizierung weiterer prozessspezifischer Anforderungen an ein neues WaWi-System
- Erstellung eines Pflichten- bzw. Lastenhefts (oft Grundlage für eine spätere Ausschreibung)
- Durchführung der Vorauswahl
  - Marktrecherche (Googlen, Messen, Literatur, Gespräche mit anderen Händlern, ...)
  - Workshop zur Bestimmung der engeren Auswahl von Systemen
  - Ggf. Systemgestützter Abgleich Anforderungen mit funktionalem Umfang der Systeme
- Einholen von Angeboten (Zusendung des Lastenhefts)

The screenshot shows an Excel spreadsheet with a table titled 'Anforderungskatalog'. The table has columns for 'Punkt', 'Anforderung', 'Anmerkung', and 'Muss- und Kann-Kriterium (x)'. The 'Muss- und Kann-Kriterium' column is further divided into 'M' and 'K'. The table lists various requirements under different points, such as 'Vertrieb', 'Außendienst', and 'Auftragsbearbeitung'.

Punkt	Anforderung	Anmerkung	M	K
3.2	<b>Vertrieb</b>			
3.2.1	Kontaktverwaltung		X	
3.2.2	Kundenverwaltung		X	
3.2.3	Angebotserstellung		X	
3.2.4	Preisfindung			X
3.2.5	Kreditlimitprüfung & Bonitätsprüfungsservices			X
3.2.6	Verfügbarkeitsprüfung		X	
3.2.7	E-Mail-Archivierung in Kundenakte		X	
3.2.8	Vertriebsreporting auf Kunden- und Artikel Ebene Single- und Multichannel			X
3.2.9	Provisionsabrechnungen		X	
3.3	<b>Außendienst</b>			
3.3.1	Mobile Angebotserstellung			X
3.3.2	Mobile Datenerfassung			X
3.3.3	Terminkalender			X
3.3.4	Vertreterabrechnung			X
3.4	<b>Auftragsbearbeitung</b>			
3.4.1	Auftragserfassung		X	
3.4.2	Artikelverwaltung		X	
3.4.3	Verkaufsartikel und Warengruppen			

# Auch ein WaWi-Projekt „unterliegt“ dem klassischen Projektmanagement-Dreieck

- Planen Sie Zeit und Ressourcen ein
- Abhängig vom Projektumfang genügend Menschen für's Team bestimmen
- Die Besten, nicht die am Besten verfügbaren Ressourcen, nutzen
- „Primat“ des operativen Geschäfts
- Rechtzeitig anfangen
- In Teams Menschen motivieren
- Raum schaffen, Entlastung vom operativen Geschäft befreien
- Team auf die Aufgabe vorbereiten
- „Highlander“-Prinzip



**Die Einführung einer WaWi ist kein „Nebenjob“**

- Realistische Zeit- und Zielvorgaben – klare Begrenzung
- Phasen und Meilensteine – was muss bis wann erledigt sein
- Klare Zuständigkeiten in Teams
- Klare und transparente Kommunikation (Protokolle) – auch an Dienstleister
- Risikoeinschätzung, z.B. Engpässe, besonders bei umfangreicheren Projekten
- Feste Kontrollmechanismen, besonders in Teams
  - Fortschrittskontrolle Plan vs. Ist
  - Lenkungsausschuss
  - ...

**Gründliche Planung und laufende  
Überwachung ist die Basis des Projekterfolgs**

# Führen Sie Ihr Projekt solide durch



- Jeden Prozess gründlich spezifizieren und konfigurieren
- Modifikationen vermeiden – keine „lila Gänseblümchen“
- Eine ordentliche Prozessdokumentation erstellen
- Entscheidungen ohne Zeitverzug herbeiführen – keine „losen Enden“ zulassen
- Je mehr Menschen eingebunden sind, desto wichtiger ist die laufende und zeitnahe Abstimmung (Kommunikation)
- Die Geschäftsleitung ist Teil des Projekts – Leitung oder Lenkung
- Bei Verzögerungen sofort gegensteuern
- Nach Bedarf Eskalationsmechanismen festlegen

**Solides Handwerk und schnelle  
Entscheidungen bestimmen das Ergebnis**

# Testen, testen, testen ...



- Testpläne erstellen
- Funktions-, Prozess- und Integrationstests unterscheiden
- Klare Akzeptanzkriterien
- Integrationstests nach Drehbuch
- Testbeschreibung und Dokumentation

**Ein erfolgreicher Produktivstart kann nur durch gründliche und bestandene Tests gewährleistet werden.**



- Sicherstellen, dass alle Aktivitäten zum Übergang generalstabsmäßig geplant werden
  - Datenkonvertierungen – Stammdaten, Bestände, Salden, OPs etc.
  - Manuelle Datenpflege
  - Abschluss von Aufträgen im Altsystem; Erfassungsbeginn im Neusystem Inventur
  - Deaktivierung und Aktivierung von Altsystem, Neusystem, Schnittstellen etc.
  - ...
- Festlegen wie das Hochfahren erfolgen soll – welche Aufträge etc.
- Sicherstellen, dass Zeitpuffer eingeplant sind
- Geeignete Zeitpunkte festlegen
- Auf Planung von Fall-Back-Szenarien achten
- Go-Live-Support sicherstellen

**Ein gut vorbereiteter Start stellt sicher,  
dass der Betrieb schnell wieder auf 100% läuft**

# Denken Sie an die Zeit danach



- Den „Hammer“ in der Hand behalten
- Klare Verantwortungsstrukturen etablieren
- Support sicherstellen – Keyuser, IT, externe Dienstleister ...
- Prozesse weiterentwickeln
- Dokumentation pflegen
- Digitalisierungsprozess weiter vorantreiben – jede Routine lässt sich digitalisieren
- Weiterbildung nicht vernachlässigen

**Stillstand bedeutet Rückschritt**



**04**

**Fazit und Ausblick**

- Ohne ein passendes Warenwirtschaftssystem ist für die Zukunft des Groß- und Einzelhandels unabdingbar!
- Eine gründliche Vorbereitung ist erfolgsentscheidend. Zielsetzung festlegen und ggf. mit externer Hilfe konkretisieren.
- Anforderungen aus Prozesssicht erfassen und aufbereiten – Einbeziehung aller beteiligten Abteilungen ist notwendig.
- Nicht die Software ändern, eher die eigenen Prozesse!
- Die Einführung eines Warenwirtschaftssystems ist schieres Handwerk. Es erfordert sorgfältige Planung, solide Durchführung sowie ständige Qualitäts- und Fortschrittskontrolle!
- Projektkommunikation – intern und extern – nicht unterschätzen; Mitarbeiter mitnehmen!
- Das übergeordnete Ziel der weiteren Digitalisierung nicht aus dem Auge verlieren!
- Unternehmen müssen aber auch selber für Veränderung bereit sein („Mindset“)

# Unsere Webseite: [www.erfolgreich-handeln.bayern](http://www.erfolgreich-handeln.bayern)



- ✓ Veranstaltungsübersicht und Anmeldung
- ✓ Mediathek mit Erklärvideos und Webinaraufzeichnungen
- ✓ Veranstaltungsarchiv mit Handouts
- ✓ Ansprechpartner
- ✓ Newsletter



The screenshot shows the website interface for 'erfolgreich-handeln.bayern'. At the top, there are accessibility options: 'Gebärdensprache', 'Leichte Sprache', and 'Seite vorlesen'. Below this is a navigation menu and a search bar. The main header features the text 'Erfolgreich handeln' and a 'Wichtige Links' section with buttons for 'Kontakt', 'Veranstaltungen', and 'Mediathek'. The main content area is titled 'Über das Projekt' and contains text about the project's goals and a button 'Finden Sie Ihr Bildungsangebot'. Below this is a section for 'Kommende Veranstaltungen' with two event cards. The first card is for a webinar on 'Energiesparen im Handel' on January 10, 2023, from 08:30 to 10:00 Uhr. The second card is for a webinar on 'Google Unternehmensprofil: Schritt für Schritt zum eigenen Profil' on January 17, 2023, from 08:30 to 09:30 Uhr. The 'ERFOLGREICH HANDELN' logo is visible in the bottom right corner of the screenshot.



- 24.01.2023 | 08:30 Uhr | Vertriebskanal Online-Shops – von der Idee bis zur Umsetzung
- 25.01.2023 | 08:30 Uhr | Alles was Recht ist: Was Sie beim Internetauftritt rechtlich beachten sollten
- 26.01.2023 | 08:30 Uhr | Vertrieb über Marktplätze – Chancen, Herausforderungen und erste Schritte
- 31.01.2023 | 08:30 Uhr | Facebook und Instagram – der Einstieg
- 02.02.2023 | 08:30 Uhr | Verkaufen über Facebook, Instagram & Co.
- 07.02.2023 | 08:30 Uhr | WhatsApp-Business als Händler erfolgreich nutzen
- 09.02.2023 | 08:30 Uhr | Einstieg in die Suchmaschinenoptimierung
- und weitere: <https://www.stmwi.bayern.de/erfolgreich-handeln/veranstaltungskalender/>



# Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

ibi research an der Universität Regensburg GmbH

Galgenbergstr. 25

93053 Regensburg

Tel.: 0941 943-1901

Fax: 0941 943-1888

E-Mail: [info@ibi.de](mailto:info@ibi.de)





## Dr. Georg Wittmann



0941 943-1891



georg.wittmann@ibi.de



ibi research an der Universität Regensburg GmbH  
Galgenbergstraße 25 93053 Regensburg



LinkedIn: <https://www.linkedin.com/in/georg-wittmann-99052442/>