

# Vom Etikettendrucker zum *Herzstück* der Unternehmens-Orga

Neues aus Neuss: Das Team der Ariston Informatik GmbH (Neuss) ist ganz nah an der Praxis und sorgt auch bei komplexen Zusammenhängen für effektive und bedienerfreundliche Warenwirtschaftssysteme.

**Vor 15 bis 20 Jahren hatte das Warenwirtschaftssystem WWS, ein wenig überspitzt gesagt, den Stellenwert eines besseren Etikettendruckers mit Bildschirm. Heute ist es das zentrale Steuerinstrument für den gesamten Warenfluss, für Personalzeiterfassung, Kundenmanagement, Onlinehandel, elektronischen Datenfluss für NOS usw. Wie gelingt es, dass das System bei aller Komplexität sowohl für kleinere als auch für große Händler gleichermaßen geeignet und dabei unkompliziert zu bedienen ist? Fragen an den Vertriebsleiter der Ariston Informatik GmbH, Jörg Dufner:**

**SHOEZ:** Was muss ein Warenwirtschaftssystem heute leisten?

**JÖRG DUFNER:** Neben den Funktionen wie Warenfluss und Kundenmanagement hat sich das WWS als die Schaltstelle herauskristallisiert, von der aus weitere wesentliche Softwareprogramme gesteuert werden: z.B. die FIBU, die Personaleinsatzplanung (PEP) und der Onlinehandel.

**SHOEZ:** Ist dieser Umfang noch bedienbar?

**JÖRG DUFNER:** Genau hier liegt eine der wichtigsten Aufgaben jedes WWS-Anbieters. Eine neue Funktion bedeutet nicht nur mehr Komfort, sondern auch mehr Komplexität. Uns ist es wichtig, dass die Entwicklung keine „Elfenbeinturm-Abteilung“ ist, sondern die Anforderungen des Handels praxisnah umsetzt. Softwareerweiterungen hinzuzufügen ist einfach; diese so einzubetten, dass möglichst vom Einzelgeschäft bis zum Großfilialisten alle davon profitieren, erfordert viel Abstimmung mit unseren Kunden. Wir erreichen dies beispielsweise dadurch, dass der Händler im Artikelstamm jedes Artikelattribut umbenennen und gegebenenfalls ausblenden kann. Wo weitere Informationen benötigt werden, etwa zur detaillierten Beschreibung eines Stiefels, können wir beliebig viele „frei definierbare“ Felder einfügen. In diesen wiederum legt der Händler Tabellen an mit Begriffen wie Schafthöhe, Schaftweite, Krempelschaft ja/nein, Verschluss etc.

**SHOEZ:** Inwieweit ist eine Individualisierung am POS möglich?

**JÖRG DUFNER:** Weitreichend. Die Kasse gibt es inzwischen nicht nur in mehr als acht Sprachenversionen. Die Auslagerung der gesamten Sprachdatei der Kasse ermöglicht es dem Händler zudem, einzelne Textpassagen individuell anzupassen oder nicht benötigte Buttons auszublenden. Das komplette Kassensystem ist flexibel auf die Anforderungen des Benutzers einzustellen: Sollen bei bestimmten Vorgängen Belegkopien erstellt werden? Etliche Vorgänge können mittels Barcode auf den jeweiligen Bons vereinfacht werden, das Einlösen von Gutscheinen, Rücknahmen, Auswahlen etc. Der Kassenabschluss kann dem Unternehmen automatisiert per E-Mail zugeschickt werden, in-



Vertriebsleiter  
Jörg Dufner

klusive frei wählbarer Statistiken z.B. einer Personalerfolgsübersicht, Lieferantenabverkäufe, Durchschnitt je Bon und Kunde.

**SHOEZ:** Was leisten Kassen über das Kassieren hinaus?

**JÖRG DUFNER:** Sie übernehmen einen großen Teil der Kommunikation zwischen den Filialen. Informationen zu Warenverschiebungen, Preisreduzierungen und Deko-Tipps gehen direkt per E-Mail an ein in der Kasse integriertes Mailsystem. Die Buchung von Wareneingängen, inklusive Etikettendruck, erfolgt genauso über die Kasse wie Anfragen zum Warenbestand, z.B. wenn eine Kundin ein Teil aus einer anderen Filiale benötigt. Die Reklamationsannahme an der Kasse ist mit der Reklamationsverwaltung in der Zentrale verknüpft. Gleiches gilt auch für die Gutschein- oder Auswahlverwaltung. So können Auswahlen, die seit mehr als x Tagen offen sind, in der Zentrale gefiltert und automatisiert Rechnungen erstellt werden. Diese Rechnungen sind an der Kasse oder per Überweisung zu bezahlen; die entsprechenden Daten werden automatisiert erkannt und an die FIBU übergeben.

**SHOEZ:** Eine Verknüpfung der Handelsprozesse ist somit gelebte Praxis?

**JÖRG DUFNER:** Die Zeiten, in denen eine Software isoliert betrachtet wurde, sind endgültig vorbei. Der Kassenabschluss wird optional direkt an die FIBU weitergeleitet; die Kasse übergibt den zu bezahlenden Betrag an das EC-Gerät. Stammdaten und Auftragsdaten werden – sofern die Industrie diese zur Verfügung stellt – ins HIS::WIN übernommen und Abverkaufsdaten automatisiert ausgespielt. Daten aus unserer in der Kasse integrierten Zeiterfassung fließen im HIS::WIN

zusammen und werden an unsere Partner für Personaleinsatzplanung (z.B. an die SEAK) übergeben. Eine Anreicherung um Daten aus einer Kundenfrequenzmessung ist ebenfalls möglich. Kundenstammdaten werden zur Erstellung von individuellen Boni und verkaufsfördernden Maßnahmen veredelt. So liefert die Analyse von Postleitzahlen die Voraussetzung für regionale Werbemaßnahmen.

**SHOEZ:** Schlagwort plattformübergreifendes Arbeiten per Onlineanbindung...?

**JÖRG DUFNER:** Die Bussines-IT-Welt ist bunter geworden. Inzwischen kommen neben Windows immer häufiger MAC-Betriebssysteme zum Einsatz, auch Linux findet vermehrt Anhänger. Tablets und Smartphone sind Alltagsgegenstände. Um den Händler vom Hardware-Ballast zu befreien, haben wir vor zwölf Jahren das HIS::ASP geschaffen. Das bedeutet: Die Daten liegen bei uns im Rechenzentrum und der Händler greift von jedem beliebigen Punkt der Erde in Echtzeit auf seine WWS-Daten zu. Der Händler ist nicht an ein bestimmtes Betriebssystem gebunden; einmal ausgeführt, ist ein Vorgang sofort an jedem Gerät gebucht. Das Einspielen der Updates, das Sichern der Daten sowie die permanente Pflege und Erneuerung der Server übernehmen wir. Der Händler wählt selbst, wie und wo er arbeitet, an einem stationären PC, am Notebook oder z.B. über ein iPad. Der Austausch eines Rechners (z.B. wegen der Umstellung von XP auf Windows 8.1) dauert nur wenige Minuten.

**SHOEZ:** Gibt es Neues aus der Welt des Onlinehandels?

**JÖRG DUFNER:** Im Onlinehandel kristallisieren sich mehrere Punkte immer deutlicher heraus. Kernaspekt „entweder richtig oder gar nicht“:

- Die Zeit der Feierabend-iShops ist vorbei. Das heißt konkret: Die Bestückung der Onlinewelt direkt aus dem WWS-System und die Abwicklung des gesamten Bestellprozesses im WWS sind ein Muss für einen Erfolg versprechenden Onlinehandel.
- Weg vom online Vollsortimenter hin zu Spezialshops; wenn auf das Vollsortiment gesetzt wird, dann mittels vollautomatisierter Übergabe aus dem HIS::WIN an Handelsplattformen z.B. an amazon.
- Klare Definition des Online-Auftritts: Präsentation des Unternehmens mittels einer Homepage, eines virtuellen Schaufensters, Anbindung an, z.B. schuhe.de oder online Verkauf.

**SHOEZ:** Woher bekommt der Handel gutes Bildmaterial für seinen Online-Auftritt?

**JÖRG DUFNER:** Die Industrie stellt teilweise Bildmaterial zur Verfügung. Da es aber keine „Hersteller-Bild-Norm“ gibt, sind die Bilder je nach Quelle sehr unterschiedlich in Bezug auf Aspekte wie Bildformat, Bildposition, rechter/linker Schuh, Größe des Bildausschnittes, Winkel der Kamera zum Schuh etc. Eine qualitativ hochwertige und komfortable Lösung stellt unser mittlerweile im dritten Jahr vertriebenes HIS::Fotostudio dar. Stellen Sie den Artikel in die Box, geben Sie eine Referenznummer, z.B. die Artikelnummer ein, fertig: Der Schuh wird mit 1 bis 100 Bildern automatisiert als 360 Grad Ansicht fotografiert, freigestellt und in frei definierbaren Formaten an z.B. den iShop, das WWS, ein virtuelles Schaufenster, eine Kundeninformationsplattform etc. übergeben. Die klassische Box kann Objekte bis 45 cm Durchmesser und 65 cm Höhe fotografieren. Aufgrund erhöhter Nachfragen aus der Sport- und Modebranche haben wir eine XL-Version entwickelt, in

der Objekte bis 195 cm Höhe nach dem gleichen Prinzip automatisiert fotografiert werden können, z.B. Schaufensterpuppen, Ski, Koffer.

**SHOEZ:** Wie werden aktuell Artikeldaten ausgewertet?

**JÖRG DUFNER:** Wir bedienen aktuell drei unterschiedliche Methoden:

1. Die klassische Variante. Der Händler selektiert eine bestimmte Artikelmenge mittels eines frei definierbaren Filters und erstellt eine Liste als Ansicht, Druckdatei oder pdf.
2. Ein Trend geht hin zu unserer sogenannten Umsatzanalyse. Der Händler kann sich frei zwischen der Gesamtübersicht und der Einzelartikeldarstellung bewegen; mit einem Klick wechselt er in den Artikelstamm. Auf Wunsch kann der Händler die Liste völlig frei nach seinen Vorstellungen konfigurieren:
  - Verkaufszeiträume/inklusive individueller Saisonbestimmung je Zeitraum
  - Aufbereitungsart, z.B. erst nach Filialen, dann nach Lieferanten
  - Festlegung der Kennzahlen, z.B. MischEK, Bestand, Rohgewinn, reduzierte Verkäufe
  - Definition der Kriterien, nach denen sortiert wird
  - Bestimmung der Position der jeweiligen Kriterien
  - Direkter Export an Excel, um z.B. ein Diagramm oder eigene Formeln einzufügen

Wünscht ein Händler vor allem das Ergebnis, dann übernehmen wir nach den Vorgaben des Händlers die Konfiguration.

3. Neben den Auswertungen, die sich auf Ware beziehen, besteht die Möglichkeit, Listen auf Basis der Kassenfinanzberichte zu erstellen. So erhält der Händler eine Übersicht, ausgerichtet an Zahlungsmitteln, Bankeinzahlung, Differenzen, Gutscheinen etc. Diese liegt ihm direkt am nächsten morgen nach dem Kassenabruf vor, ohne dass er auf die FIBU warten muss.

*Interview: Ulrike Kossessa*



Jetzt auch in XL, das mobile Fotostudio

