

IT-Investitionen als Mittel - nicht als Zweck

23.03.2006, 12:05 | IT, New Media & Software

Pressemitteilung von: *e-velopment GmbH*

Erfolgreiche Versender vereinigen wesentliche Eigenschaften: das durchdachte Geschäftsmodell, das einzigartige Sortiment, die effiziente Abwicklung des operativen Geschäfts und motivierte Mitarbeiter. Was hat das mit IT-Lösungen zu tun? Nichts?

Die Herausforderungen an Versender sind vielschichtiger denn je. Je nach eigener Standortbestimmung stehen Themen wie Internationalisierung, Aufbau neuer Vertriebskanäle, Verdrängung von Marktteilnehmern oder der Konsolidierung in einem Marktsegment auf der Agenda der Geschäftsführung. Hat das etwas mit IT-Lösungen zu tun? Nein?

Die Entscheidungsfreiheit der Versender basiert auf der flexiblen Anpassung ihres Geschäftsmodells an Kundenanforderungen und auf der kostengünstigen Abwicklung des Geschäftsbetriebes. Hier kommen moderne IT-Lösungen zum tragen.

Wann sich diese Investition lohnt ist an zwei Richtungspunkten einfach zu messen:

1. passt die komplette neue IT-Lösung zu meiner Geschäftsstrategie? und
2. kann ich die Rendite steigern?

Am Beispiel einer wesentlichen Komponente von IT-Lösungen für den Versandhandel - der Disposition - sollen die beiden Punkte überprüft werden.

Passt die neue komplette IT-Lösung zur Geschäftsstrategie?

Die Umsatzzuwächse der Spezialversender in den letzten Jahren zeigen, dass das richtige Geschäftsmodell eine Expansion trotz anhaltender Konsumschwäche zulässt. Neben den klassischen Marketinginstrumenten der B2B- und B2C-Versender rücken weitere Strategien in den Mittelpunkt:

- Vorstoß und Etablierung in A/CH und weiteren europäischen Ländern
- Unterstützung der klassischen Werbemittel durch das Internet
- Nutzung des Internet zur Neukundengewinnung
- Auf- oder Ausbau stationärer Vertriebskanäle
- Nutzung neuer Kommunikationskanäle mit Kunden wie e-mail und SMS
- Verkauf über das Medium Fernsehen

Bei der Unterstützung dieser Strategien stoßen die etablierten IT-Lösungen schnell an ihre Grenzen. Die Herausforderung, Bestellungen aus Katalogen mit definierten Laufzeiten und dem Internet mit einer „unbegrenzten Aktionszeit“ zu konsolidieren oder länderübergreifende Verkäufe integriert in einem Dispositionssystem zu berücksichtigen, müssen erfüllt werden. Alte Standardlösungen oder individuelle Applikationen können hier keine Unterstützung mehr bieten bzw. lassen sich nur noch langsam und sehr kostenintensiv anpassen.

Kann eine IT-Lösung die Rendite steigern?

Um die Antwort vorwegzunehmen: Ja. Wir haben einige unserer Kunden befragt und die Unternehmenszahlen vor und nach der Softwareeinführung verglichen. Die Ergebnisse waren mehr als erfreulich: deutlich gesenkte Lagerbestände bei verbesserter Lieferfähigkeit, verbesserte Liquidität, enorme Kosteneinsparungen im Bereich Porto und ein Rückgang der Ausfälle, was zu deutlichem Mehrumsatz führte. Restekataloge, die produziert wurden, um Überbestände abzuverkaufen, konnten gestrichen werden.

Welche Funktionen der Software ermöglichen diesen Erfolg?

1. Prognose: ein ständiger Soll-/Ist-Vergleich mit dem Zielwert des Kataloges über alle Artikel eines Werbemittels ermöglicht eine permanente Kontrolle der Prognosedaten. Um Flexibilität zu gewährleisten und auch „das Bauchgefühl“ der Disponenten einbeziehen zu werden manuelle Anpassungen zugelassen
2. Konsolidierung: jedes Waren tragende Werbemittel, sei es ein Katalog, ein Mailing, Webshop, Anzeigen und zusätzlich die Werbeanstöße die den Kunden aktivieren, einen bereits versandten Katalog noch einmal zur Hand zu nehmen, werden aus Sicht jedes Einzelartikels berücksichtigt.
3. Laufzeitbereinigten Retourenquote: einen maßgeblichen Anteil am Erfolg bei der Disposition spielt die besondere Berücksichtigung von wiederverwendbaren bzw. zu verschrottenden Retouren. Bei der Beschaffungsplanung müssen die Retouren über sämtliche Kataloge und Vertriebskanäle geplant und während der Kataloglaufzeit permanent der tatsächlichen Retourenentwicklung angepasst werden. Gerade für retourenlastige Artikel im Textilbereich ist die Berücksichtigung der laufzeitbereinigten Retourenquote eine unentbehrliche Funktion.
4. Optimierte Bestellmengenrechnung: die besten Prognosen helfen nicht weiter, wenn daraus nicht direkt Bestellungen abgeleitet werden können. Die prognostizierten Warenbedarfe werden dem Einkauf als Basis des Beschaffungsprozesses zur Verfügung gestellt. Daraus werden automatisch Aufträge für Lieferanten generiert, die durch den Einkäufer bestätigt oder bei Bedarf korrigiert werden können. Für den Anwender muss die Software eine deutliche Verbesserung des Einkaufspotenzials durch Optimierung von Einkaufsmengen und Zeitintervallen bieten. Die Einkäufer werden sowohl bei operativen Aufgaben als auch bei der strategischen Planung unterstützt.

Trotz der notwendigen Komplexität der Geschäftsprozesse war es unseren Kunden besonders wichtig, eine einfache und transparente Lösung einzusetzen, die es den Disponenten und Einkäufern ermöglicht, zwischen verschiedenen Aktionen, Verträgen, Bestellungen oder Wareneingängen „hin-und-herzuspringen“. Die erforderliche Vernetzung von Lagerverwaltung, Disposition, Einkauf, und natürlich dem Auftrags- und Kundenmanagement ist die Kernanforderung an eine moderne IT-Lösung für den Versandhandel. Die Lösung 360e von e-velopement erfüllt diese Anforderungen und schafft damit einen Grundfaktor für den weiteren Erfolg seiner Kunden.

Die ermittelten Kennzahlen aus unserer Kundenbefragung: 20% weniger Bestand bei gesteigerter Lieferbereitschaft oder 10% weniger Portokosten machen eine vordergründige ROI-Betrachtung, wie sie in der Softwarebranche üblich ist, überflüssig. Dass eine Investition in eine moderne Komplettlösung wie 360e sinnvoll ist, kann vor dem Hintergrund dieses Potentials neu bewertet werden.

e-velopement – das Unternehmen

Als kompetenter Partner mit langjähriger Erfahrung steht e-velopement den Kunden im Versandhandel zur Verfügung. Das Unternehmen bietet eine einzigartige Kombination aus fundiertem Branchen - und Prozesswissen, hohem technologischem Know-how, Erfahrung und Realisierungskompetenz sowie einem kundenorientierten Service. e-velopement gehört zu den führenden Unternehmen, die sich auf die Entwicklung von Softwarelösungen für den Versandhandel spezialisiert haben. Kompetente Business Consultants und erfahrene Projektmanager sowie Systemarchitekten und Entwickler sorgen bei den Softwareprodukten und Dienstleistungen für ein Höchstmaß an Qualität.

Oliver Kählert – zur Person

Als Geschäftsführer der e-velopement GmbH ist Oliver Kählert verantwortlich für die Bereiche Vertrieb, Marketing und Finanzen.

Vor seinem Engagement bei der e-velopment GmbH war der Diplom-Ingenieur 10 Jahre lang in mehreren Funktionen für die CSC Ploenzke AG tätig. Über die Stationen Bereichsleiter Handel und Leiter des Business Development-Centers (Retail & Consumer Products) war er zuletzt für den Vertriebsbereich Handelsunternehmen in Central Europe verantwortlich und betreute namhafte Konzerne und mittelständische Unternehmen aus dem Versandhandel.

Nebenberuflich war Oliver Kählert am Institut für Betriebswirtschaftslehre der Universität Lüneburg als Lehrbeauftragter in mehreren Semestern tätig.

Portrait

Oliver Kählert
Geschäftsführer
Tel. 040 / 85187-210
eMail: Oliver.Kaehlert@e-velopment.de

Martin Reuter
Geschäftsführender Gesellschafter
Tel.: 040 / 85187-282
eMail: Martin.Reuter@e-velopment.de

Beate Ratert
Marketing
Tel.: 040 / 85187-108
eMail: Beate.Ratert@e-velopment.de

News-ID: 81084 • Views: 1816 (Stand: 14.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:
<https://www.openpr.de/news/81084/IT-Investitionen-als-Mittel-nicht-als-Zweck.html>