

AbaShop bei kantonaler Materialzentrale

Geschichte eines Erfolges: 90 Prozent der Bestellungen erfolgen über Shop

Das Beispiel vom Einsatz der ABACUS E-Commerce Lösung bei der Kantonalen Materialzentrale des Kantons St. Gallen zeigt deutlich, wie mit Hilfe von AbaShop Prozesse vereinfacht und Kosten gespart werden können. Der Erfolg von AbaShop in diesem und anderen Projekten gibt der Idee eines vollständig in die ABACUS Business-Software integrierten E-Shops recht. Bereits über 90 Prozent aller Bestellungen werden bei der KMZ über den elektronischen Weg abgewickelt.



Hanspeter Stauffacher, Leiter der Kantonalen Materialzentrale St. Gallen (KMZ)

Herr Stauffacher, was sind die Aufgaben der Kantonalen Materialzentrale St. Gallen?
Die Materialzentrale des Kantons St. Gallen (KMZ) ist für die Beschaffung von Büromaterial und Kopiergeräten für die Staatsverwaltung des Kantons St. Gallen zuständig. Ebenso erstellt sie Drucksachen für die Staatsverwaltung. In der Materialzentrale sind sechs Mitarbeiter beschäftigt. Das Sortiment der Materialzentrale umfasst etwa 2'000 Artikel.

Welche ABACUS Programme stehen bei Ihnen im Einsatz?

Wir haben die Auftragsbearbeitung mit Einkauf, Lager und Verkauf im Einsatz. Dazu führen wir die Adressverwaltung, die Debitoren- und die Kreditorenbuchhaltung.

Keine Finanzbuchhaltung?

Nein, unsere Zahlen werden in die Staatsbuchhaltung übernommen. Für uns ist die Auftragsbearbeitung die wichtigste Applikation. Die gesamte Beschaffung, Lage-

rung und der Verkauf erfolgt vollumfänglich über ABACUS. Und das seit 1990, wir sind sozusagen Kunden der ersten Stunde, wenn nicht von ABACUS, so zumindest von der WData AG.

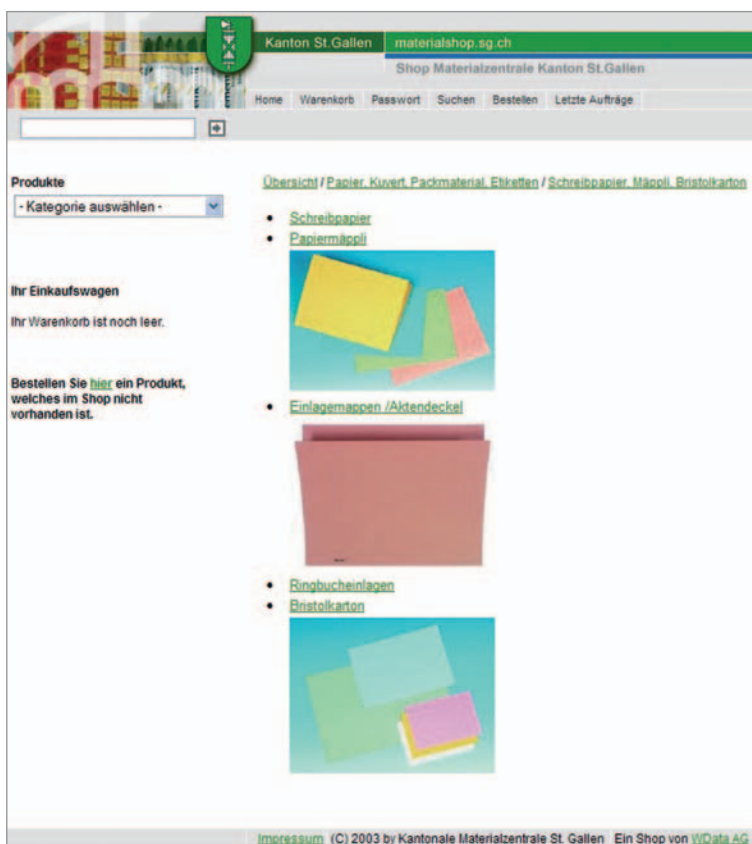
Und im Shop, sind Sie da auch Kunde der ersten Stunde?

Aber sicher.

Und was hat Sie dazu bewogen, überhaupt einen Internet-Shop in Betrieb zu nehmen?

Unsere Kunden hatten einen teilweise illustrierten Katalog zur Verfügung. Im Verlauf der vergangenen Jahre konnte dieser Katalog den Qualitätsansprüchen nicht mehr genügen und war somit der Auslöser für die Suche nach neuen Möglichkeiten. Gleichzeitig wuchs der Druck von Kundenseite, die Bestellungen elektronisch durchführen zu können. So fand eine stetige Entwicklung von der Handbestellung zuerst zur Fax- und später zur Mailbestellung statt. Und immer mussten wir diese Bestellungen abschreiben, eine nicht zu unterschätzende Fehlerquelle. Wir sind immer stark ausgelastet und mussten uns zusätzlich noch um Fehlerkorrekturen kümmern, was mit der Zunahme der Bestellungen fast den Rahmen des Machbaren sprengte. Vom Shop haben wir uns nebst der Verbesserung der Qualität auch eine Zeitersparnis versprochen.





Denken Sie nur an den Unterhalt der Stammdaten. Zusätzlich zu den Mutationen in der Auftragsbearbeitung lasse ich heute auf Knopfdruck die Shopdaten aktualisieren. Das ist für mich eine Funktion des Programmes, die ich unter keinen Umständen mehr missen möchte.

Es kommt mir vor, als ob ich in einem Fernsehspot sitze. Alles ist perfekt und bestens. Hat es bei der Umsetzung wirklich keine Probleme gegeben?

Oh doch. Natürlich. Wir waren ja Kunde der ersten Stunde und es sind schon noch Kinderkrankheiten aufgetaucht. Die Unterstützung durch die Mitarbeiter der WData AG und indirekt durch ABACUS selbst war aber jederzeit hervorragend und so haben wir letztlich von diesen Sorgen sogar profitiert.

Wie das?

Wir konnten unsere Bedürfnisse formulieren und sie wurden, wo immer möglich, in die Programmierung mit einbezogen. Also haben sich Ärger und Freude in etwa die Waage gehalten. Auf der technischen Seite hingegen sind wir beinahe gestolpert. Als kantonale Stelle sind wir selbstverständlich im Netz des Kantons eingebunden. Der AbaShop wird auf Abacus-City, dem Server der ABACUS Research AG, gehostet. In Zusammenarbeit mit den Netzverantwortlichen des Kantons und der WData AG ist es uns gelungen, den Shop so in unsere Umgebung zu integrieren, dass den Sicherheitsvorgaben des Kantons entsprochen wird.

Wie sind Sie für die Evaluation vorgegangen?

Wir haben uns von verschiedenen Anbietern beraten lassen und uns aktiv auf dem Markt, beispielsweise an der Orbit, umgesehen. Es war ein wichtiger Prozess, nur schon die Zielsetzungen auszuformulieren.

Würden Sie uns die wichtigsten Ziele nennen?

Das Sortiment der KMZ ist sehr straff geführt. Die Kunden müssen jedoch die Möglichkeit haben, auch Produkte, die nicht am Lager geführt werden, zu kaufen. Dann hat es im Sortiment der KMZ Artikel, die mit Tagespreisen angeboten werden.

Der Kunde muss jederzeit den aktuellen Produktpreis sehen. Ausserdem beliefert die KMZ ausschliesslich die Staatsverwaltung des Kantons St. Gallen, von der etwa 500 verschiedene Stellen Büromaterial einkaufen. Der Shopzugang muss auf dieses KMZ-Kundensegment begrenzt werden.

Offensichtlich sind Sie bei ABACUS fündig geworden.

Ja. Wir haben uns Mitte 2002 zu Gunsten des AbaShops entschieden. Zu den erwähnten Kriterien kam dazu, dass die Integration dieses Shops in die Auftragsbearbeitung wirklich optimal möglich ist.

"Berücksichtigung der Bedürfnisse in der Programmierung", "Shopzugriff"; diese Stichworte tönen nach langer Einführungsphase?

Nein, im Gegenteil. Wir haben den Shop innert fünf Monaten von August bis Dezember 2002 aufgebaut und sind per 1. Januar 2003 produktiv gestartet. Es lief wirklich ausserordentlich gut. Wir planten beispielsweise, die Kunden in Tranchen auf den Shop aufzuschalten, und zwar im Monatsrhythmus Januar, Februar und März 2003. In der zweiten Hälfte Februar, also fast sechs Wochen früher als geplant, hatten wir bereits alle Kunden auf dem Shop!

Herr Stauffacher, wieviele Bestellungen gehen heute über den AbaShop ein?

Wir erhalten monatlich zwischen 600 und 700 Bestellungen über den Shop. Das sind im Schnitt über 90% der gesamten Bestellungen für Büromaterial.

Wie haben Sie das geschafft, dass über 90 % der Bestellungen für Büromaterial über den Shop getätigt werden?

Ich habe eine ausführliche, illustrierte Anleitung erstellt und diese zusammen mit der User-ID und dem Passwort verschickt.

Und das hat zu dieser ausserordentlich hohen Quote geführt?

Nein, natürlich nicht. Einige Kunden haben tatsächlich auf Grund meiner Unterlagen die Bestellungen problemlos im Shop vornehmen können. In jenen Fällen, bei denen nicht über den Shop bestellt wurde, habe ich auf dem Lieferschein einen grossen Hinweis ausgegeben. Und hat auch das nichts genützt, habe ich angerufen und mich nach den Gründen erkundigt.

Und was waren die meistgenannten Gründe?

Vor allem Ausflüchte, die Hauptursache für das Ignorieren des Shops war klar die Schwellenangst. Dem bin ich begegnet, indem ich entweder Telefonsupport geleistet habe, persönlich zu den Kunden gegangen bin oder die Kunden zu uns in die Materialzentrale eingeladen habe.

Wenn Sie drei Wünsche an ABACUS frei hätten, was würden Sie sich wünschen?

Ich wünsche mir vor allem mehr Geschwindigkeit beim Wechsel der Bereiche. Wenn ich ehrlich bin fällt mir sonst im Moment nichts ein!

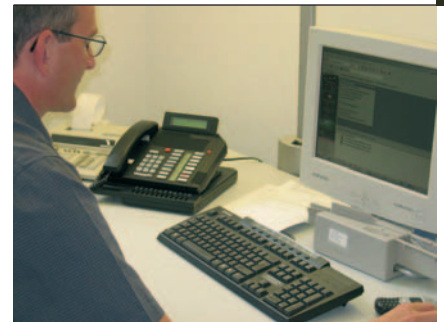
Würden Sie den AbaShop weiter empfehlen?

Vorbehaltlos! Dank der Einführung des AbaShops haben wir für uns und unsere Kunden eine klassische Win-Win Situation geschaffen. Der Kunde bekommt schnellere Lieferungen und wir können dank der kürzeren Durchlaufzeiten mit den gleichen Ressourcen mehr Aufträge verarbeiten. Habe ich schon erwähnt, dass wir sozusagen als Nebenprodukt mittels AbaView einen farbig illustrierten Katalog produzieren? Ohne geht es einfach doch nicht.

Was empfehlen Sie jemandem, der gerade einen Shop einführt?

Es ist ein MUSS, dass der Kunde beim ersten Shopversuch ein Erfolgserlebnis hat!

Herzlichen Dank für dieses Gespräch. ■



Für Auskünfte zur realisierten Lösung wenden Sie sich an:



WData AG

Herr Wolfgang Brunner
Auwiesenstrasse 24
CH-9030 Abtwil SG
Telefon 071 311 55 11
www.wdata.ch

