



## 4 Leitfragen: Digitales Warenwirtschaftssystem im stationären Einzelhandel

## 1. WARUM SOLLTE ICH MICH DAMIT AUSEINANDERSETZEN?

2. WO AUF DEM MARKT WIRD DAMIT HEUTE BEREITS GEARBEITET?
3. WIE SETZE ICH DIESES UM?
4. WELCHE FEHLER MÜSSEN UNBEDINGT VERMIEDEN WERDEN?

### **Das digitale Warenwirtschaftssystem ist der erste Schritt einer verstärkt digitalen Ausrichtung des Ladenlokals**

Um eine Vielzahl relevanter Aspekte der Warenorganisation innerhalb der analogen und virtuellen Ladenfläche abzudecken, sollte die Einbindung eines digitalen Warenwirtschaftssystems heute eine absolute Grundvoraussetzung jedes stationären Ladenlokals sein. Dabei spielt vor allem eine Vereinfachung der Verwaltung innerhalb der Finanzbuchhaltung, mit Blick auf die Erstellung von Lieferscheinen, Rechnungen, aber auch die Optimierung der Abläufe hinsichtlich der Lagerhaltung oder Warenbestellungen, eine entscheidende Rolle. Es lassen sich aber auch generelle Geschäftsprozesse automatisiert darstellen.

Weiterhin ist auch die Pflege und Aktualisierung von Kundendatenbanken innerhalb von CRM-Systemen, von großer Wichtigkeit. Hieraus ergeben sich zahlreiche Möglichkeiten einer individuellen Kundenansprache. Außerdem bietet sich die Möglichkeit, die Verkaufsabwicklung hin zum Endkunden zu optimieren. Ferner bietet ein digitales Warenwirtschaftssystem im Zuge einer möglichen Verknüpfung mit der oder auch den Onlineplattformen weiteren elementare Vorteil.

Hinsichtlich einer Anbindung der Waren innerhalb einer Mehrkanalintegration, bietet die digitalisierte Darstellung der einzelnen Produkte einen weiteren wesentlichen Vorteil, um die Website, die Social Media, aber auch etwaige POS-Technologien, welche zur Beratungsunterstützung eingebunden werden, mit aktuellen Inhalten zu füllen. Hierzu ist es allerdings erforderlich, dass die entsprechend Pflege bzw. Erstellung der digitalen Darstellung des aktuellen Bestandes zeitnah stattfindet.

1. WARUM SOLLTE ICH MICH DAMIT AUSEINANDERSETZEN?
- 2. WO AUF DEM MARKT WIRD DAMIT HEUTE BEREITS GEARBEITET?**
3. WIE SETZE ICH DIESES UM?
4. WELCHE FEHLER MÜSSEN UNBEDINGT VERMIEDEN WERDEN?

**Best-Practice:  
WÜLLNER-BIGGES Wohnen & Design aus Schmallenberg**

Auch das Unternehmen WÜLLNER-BIGGES Wohnen & Design aus Schmallenberg mit mehrjähriger Erfahrung im Onlinehandel hat die Potenziale in der Optimierung der traditionellen Warenwirtschaft erkannt und mit der Einführung einer digitalen Warenwirtschaft begonnen. Ziel ist eine effizientere Lagerplanung, welche die Lieferzeiten bis zum Kunden minimiert und eine verlässliche, pünktliche und reibungslose Lieferung garantiert.

Denn auch die Kunden von Wüllner-Bigges sind an die Standards der vielen großen Onlineanbieter gewöhnt und erwarten, dass ihre Bestellungen innerhalb weniger Tage eintreffen. So senkt eine professionelle Lagerplanung nicht



Quelle: Einzelhandelslabor.de

nur hohe Betriebskosten und verschlankt ineffiziente Prozesse, sondern leistet auch einen essenziellen Beitrag zur Kundenzufriedenheit. Einen weiteren Vorteil bietet die übersichtliche Darstellung des aktuellen Bestandes. Somit hat WÜLLNER-BIGGES alle Voraussetzungen geschaffen, um weitere digitale Elemente im Verkaufsraum einzubinden. Beispielsweise bietet sich fortan auch die Beratung mit Hilfe eines Tablets oder Smartphones, welches die entsprechenden Inhalte des Warenwirtschaftssystems mobil wiedergeben kann, an.

1. WARUM SOLLTE ICH MICH ÜBERHAUPT DAMIT AUSEINANDERSETZEN?
2. WO AUF DEM MARKT WIRD DAMIT HEUTE BEREITS GEARBEITET?
- 3. WIE SETZE ICH DIESES UM?**
4. WELCHE FEHLER MÜSSEN UNBEDINGT VERMIEDEN WERDEN?

Der Markt bietet aktuell eine Fülle an Produkten adäquater digitaler Warenwirtschaftssysteme an. Das Einzelhandelslabor stellt Ihnen einmal drei kostengünstige Alternativen zur Optimierung Ihrer Bestellungen und allgemeinen Warenorganisation kurz vor:

**JTL-Wawi** bietet eine problemlose Anbindung an den eigenen Onlineshop. Allerdings sind die Kassensysteme und die  Anbindung an eBay kostenpflichtig. Bestandsveränderungen können dafür ohne eine elektronische Kasse stattfinden. Insgesamt ist JTL-Wawi sehr umfangreich.

**Inventorum** bietet die Möglichkeit einer Anbindung eines  Onlineshops nur über den Betreiber. Die Anbindung an den eigenen Onlineshop (bzw. Ebay oder Amazon) ist noch in Planung. Bestandsveränderungen können daher nicht ohne eine elektronische Kasse stattfinden. Insgesamt wirkt INVENTORUM aber sehr nutzerfreundlich und intuitiv.

**Versacommerce** bietet ebenfalls eine problemlose Anbindung an den eigenen Onlineshop. Eine Verknüpfung mit eBay beispielsweise  ist allerdings noch in der Entwicklung. Bestandsveränderungen können ohne eine elektronische Kasse stattfinden. Insgesamt wirkt Versacommerce sehr intuitiv.

Wichtig ist, dass Sie sich hinsichtlich digitaler Customer-Relationship-Maßnahmen im Detail informieren, wie das jeweilige System Ihren Ansprüchen genügen kann. An dieser Stelle ist es auch wichtig eine mögliche Einbindung von weiteren Technologien auf der Verkaufsfläche entsprechend vorzubereiten und sich über etwaige Vorteile oder Probleme mit Blick auf die relevanten Schnittstellen zu erkundigen.

1. WARUM SOLLTE ICH MICH DAMIT AUSEINANDERSETZEN?
2. WO AUF DEM MARKT WIRD DAMIT HEUTE BEREITS GEARBEITET?
3. WIE SETZE ICH DIESES UM?

#### **4. WELCHE FEHLER MÜSSEN UNBEDINGT VERMIEDEN WERDEN?**

##### **IHR DIGITALE WARENWIRTSCHAFTSSYSTEM IST SELBSTERKLÄREND**

Scheuen Sie nicht davor zurück, die Integration zusammen mit Ihren Mitarbeitern zu erarbeiten, um im Zuge dessen auch von den Erfahrungen und aus den Problemen der Belegschaft zu lernen. Sollten Sie im nächsten Schritt planen, eine digitale Beratungsunterstützung, wie beispielsweise ein Tablet, auf der Ladenfläche einzusetzen, so ist die Relevanz der angemessenen Pflege des Systems von äußerster Relevanz.

##### **IHR DIGITALE WARENWIRTSCHAFTSSYSTEM WIRD SCHON IRGENDWIE LAUFEN**

Ein relativ häufig auftretendes Problem bei der Einbindung eines digitalen Warenwirtschaftssystems liegt in der Fülle nicht nutzbarer bzw. unnötiger Zusatzfeatures. Im schlimmsten Fall ist das gesamte Paket kaum oder gar nicht auf Ihre individuellen Bedürfnisse abgestimmt. Achten Sie daher bereits bei der Implementierung darauf, dass Sie auch wirklich (nur) die Systemkomponenten erhalten, die für Ihre individuellen Bedürfnisse angemessen sind. Fordern Sie auch stetige und zeitnahe Rückmeldungen von Ihren Mitarbeitern ein, gerade mit Blick auf das, was noch verbessert werden sollte (Softwareupdates o.ä.).

##### **IHR DIGITALE WARENWIRTSCHAFTSSYSTEM IST SCHNELL UMGESETZT**

Kommunizieren Sie das digitale Warenwirtschaftssystem als tatsächlichen Mehrwert für Ihr Ladenlokal. Sie können bei einem derart wettbewerbsentscheidenden Instrument nicht davon ausgehen, dass jeder dieses auch von Beginn an intuitiv nutzt. Daher ist vor allem bei der Einbindung von neuen Mitarbeitern eine schrittweise Heranführung an die einzelnen Komponenten dieses Hilfsmittels äußerst entscheidend. Gerade die Digitalisierung und Hinterlegung von Artikeln ist eine Frage einer konsequenten Auseinandersetzung.

**ANSPRECHPARTNER**

**Prof. Dr. Hanna Schramm-Klein**

Unteres Schloß 3

57072 Siegen

Telefon: 0271-740-4281

E-Mail: [schramm-klein@marketing.uni-siegen.de](mailto:schramm-klein@marketing.uni-siegen.de)

**Tobias Röding, M.Sc.**

Unteres Schloß 3

57072 Siegen

Telefon: 0271-740-4431

E-Mail: [roeding@marketing.uni-siegen.de](mailto:roeding@marketing.uni-siegen.de)

**Dr. Gerhard Wagner**

Unteres Schloß 3

57072 Siegen

Telefon: 0271-740-5019

E-Mail: [wagner@marketing.uni-siegen.de](mailto:wagner@marketing.uni-siegen.de)

**Januar 2019 - Lehrstuhl für Marketing und Handel | Universität Siegen**

**Konzeption / Umsetzung**

Tobias Röding, Gerhard Wagner, Theresia Mennekes, Hanna Schramm-Klein