

E-Commerce-Integration in ERP

Gemeinsame Datenhaltung vermeidet Fehler

Ist die E-Commerce-Integration in ein bestehendes ERP-System besser oder sollte man nicht doch lieber zu einer Einbindung – etwa im Rahmen eines Outsourcings – dieser Funktionalität greifen? Zu dieser Frage haben Experten aus dem Bereich ERP /E-Commerce ihre Einschätzung abgegeben.

Beim Einsatz von ERP-Systemen im Handel sind E-Commerce-Lösungen ein wichtiger Faktor. Viele Unternehmen – sei es im Business-to-Business- oder im Business-to-Consumer-Umfeld – komplettieren mit dem Online-Handel ihre Verkaufsaktivitäten. Dabei stellt sich eine Frage: Soll ein Unternehmen bereits in der ERP-Software die E-Commerce-Funktionalität abdecken oder ist die Einbindung eines „Drittssystems“ – womöglich sogar in Form einer Outsourcing-Lösungen – die bessere Option.

„Von einem eigenständigen ERP speziell für den E-Commerce Kanal ist definitiv abzuraten“, gibt sich Lothar Westphal überzeugt. Der Associate Partner der Unternehmensberatung IBM Global Business Services befürchtet, dass ansonsten die Umsetzung von Omni-Channel-Strategien durch unnötige Systemübergänge deutlich erschwert wird. „Eine Anbindung eines neuen E-Commerce-Systems an ein vorhandenes ERP-System ist in den meisten Situationen ohne größere Probleme machbar. Einem ERP-System kommt dabei die Aufgabe der Datenquelle für Produkte, Produktstrukturen, Preise, Warenverfügbarkeiten, etc. zu.“ Für Westphal zeichnet sich derzeit eine Phase ab, in

der bisher im Outsourcing betriebene E-Commerce-Lösungen in Front- und Backend in den unternehmensinternen Betrieb überführt werden. Nach seiner Auffassung sind die Treiber für diese Entwicklung in der gestiegenen Bedeutung des E-Commerce-Kanals

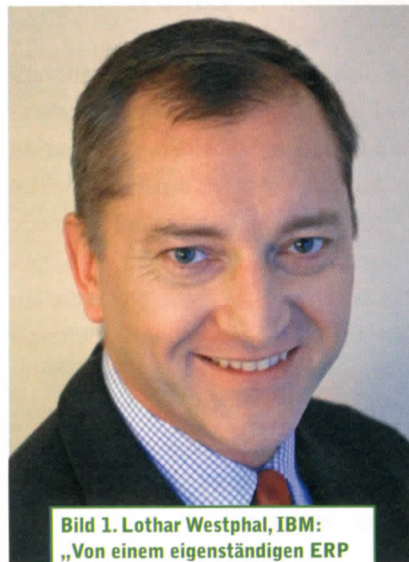


Bild 1. Lothar Westphal, IBM:
„Von einem eigenständigen ERP
speziell für den E-Commerce
Kanal ist definitiv abzuraten.“

für das Gesamtgeschäft und der vereinfachten Umsetzung einer Omni-Channel-Strategie zu suchen.

Auch für Frank Naujoks, Product Marketing Manager Microsoft, hat ein Silo-Charakter seine Schwächen: „Ein Silo-E-Commerce-System wird zu Fehlern und unnötiger Arbeit füh-

ren. Die Integration erscheint aus den Punkten ‚Angaben zur Warenverfügbarkeit‘, einheitliche Kundenakte, Buchhaltung aber auch Service mehr als sinnvoll – bei nicht integrierten Systemen entstehen Dateninseln, die wenn überhaupt, nur mit Mühe synchronisiert werden können und am Ende kein gutes Kundenerlebnis sicherstellen.“ Daher sieht er ein Optimum in einem ERP-System, das über ein vollintegriertes, leistungsfähiges E-Commerce-Modul verfügt, um Bruchstellen gar nicht erst entstehen zu lassen: „Natürlich lässt sich nicht alles funktional abdecken“, räumt Naujoks ein, „aber zum Beispiel Bezahlservices-Schnittstellen zu den gängigen Systemen sollten im Standard vorhanden sein“.

Beim Thema ERP aus der Cloud sieht Naujoks keine großartigen Herausforderungen hochkommen: „Wenn die Anbieter von ERP-Lösungen auch eine Cloud-Variante im Angebot haben, wie es bei Microsoft Dynamics NAV bereits der Fall ist und mit dem nächsten Release auch für Dynamics AX Realität sein wird, ändert sich für den Kunden ‚nur‘ die Art des Betriebs, alles andere bleibt gleich. Wenn Systeme unterschiedlicher Anbieter mit unterschiedlichen Release-Zyklen

angebunden werden müssen, bedeutet dies für den IT-Verantwortlichen eine enorme Koordinationsarbeit, die ihn am Ende des Tages spätestens mittelfristig überfordern wird, weil sehr viele Ressourcen für Tests, etc. gebunden sind.“

Transparenter und schneller kommunizieren

„Die Integration hat einige Vorteile gegenüber der Einbindung eines externen Systems, weil eine gemeinsame Datenhaltung hilft, transparenter und schneller mit den Kunden zu kommunizieren.“ Diese These vertritt Matthias Sartor, Senior Director Business Consulting DACH bei Infor und skizziert dazu ein Beispiel: „Gibt der Kunden eine Bestellung in Auftrag, gewährleistet ein integriertes System, dass der nachgelagerte Prozess von der Warenbereitstellung über die Ausbuchung aus dem Lagerbestand bis hin zum Versand und zur Rechnungsstellung in einem durchgängigen Work-



Bild 3. Matthias Sartor, Infor: „Die gemeinsame Datenhaltung hilft, transparenter und schneller mit den Kunden zu kommunizieren.“

flow angestoßen wird. So kann der Logistikprozess deutlich schneller ablaufen – ein entscheidender Wettbewerbsvorteil im E-Commerce. Wenn ein Unternehmen allerdings schon in ein ERP-System investiert hat, bietet Infor auch Möglichkeiten, ein E-Commerce-System anzubinden.“

Die enge Integration gibt auch für Alexander Kurtzahn, der bei SAP den Bereich der Handelslösungen für Deutschland verantwortet, den Ausschlag: „E-Commerce-Funktionen vollständig in eine ERP-Landschaft zu integrieren, ist in jedem Fall sinnvoll. Denn so lassen sich beispielsweise doppelte Bestände oder eine höhere Kapitalbindung vermeiden. Ob dies in der vor Ort installierten ERP-Software oder über eine Cloud- oder Outsourcing-Lösung geschieht, ist eher zweitrangig.“ Nach seiner Einschätzung erlauben nur voll integrierte Systeme einen sogenannten Omni-Channel-Ansatz, das heißt Kunden lassen sich über alle Kanäle hinweg identisch ansprechen und somit Cross- oder Up-Selling-Potenziale erschließen.

„Die Unterschiede zwischen Shop- und ERP-Entwicklung sind mittlerweile so groß, dass wir kein gelungenes Beispiel am Markt erkennen, bei dem ein Anbieter in beiden Segmenten State of the Art liefern kann“, ist Godefief Kühl überzeugt. Daher setzt der CEO der godesys AG auf eine breite Unterstützung der diversen Shop-Systeme, standardisierte Schnittstellen und einfache



Bild 2. Alexander Kurtzahn, SAP: „Nur voll integrierte Systeme erlauben einen Omni-Channel-Ansatz.“

Möglichkeiten zur Individualisierung, wo es notwendig ist. Jan Grefe, Product Manager bei der Cosmo Consult AG, empfiehlt, dass die E-Commerce Integration über die Integration eines Shop-Systems und über eine definierte Schnittstelle erfolgen soll. Dabei sei darauf zu achten, dass ERP-System und Shop-System autark laufen, das heißt entkoppelt sind.

Geschäftsmodell spielt die entscheidende Rolle

„Wir empfehlen die individuelle Prüfung des Geschäftsmodells und der sich daraus ergebenden Anforderungen“, antwortet José Martinez-Benavente, Business Development Manager bei Sage Pay. „Wenn ein Geschäftsmodell keine Sonderlösungen erfordert, ist die Integration in eine bestehende Struktur sicher am sinnvollsten. Dafür sprechen zum Beispiel die geringeren Kosten gegenüber einer individuellen maßgeschneiderten Lösung. Hinzu kommt, dass eine solche Integration



Bild 4. Godelef Kühl, godesys: „Die Unterschiede zwischen Shop- und ERP-Entwicklung sind mittlerweile so groß, dass wir kein gelungenes Beispiel am Markt erkennen, bei dem ein Anbieter in beiden Segmenten State of the Art liefern kann.“

im Idealfall aus einer Hand betreut und umgesetzt wird – Anwender haben nicht mehrere Ansprechpartner, die Komponenten sind aufeinander abgestimmt und haben sich in der Praxis bereits bewährt. Es gibt aber auch einen möglichen Nachteil: Eine Integrationslösung ist nicht immer beliebig erweiter- und anpassbar, wenn sich ein bestehendes Geschäftsmodell weiter entwickelt.“

Bei einer individuellen Einbindung sieht es nach seiner Einschätzung oft genau umgekehrt aus: „Eine Lösung kann bis ins kleinste Detail an die momentanen Anforderungen angepasst werden.“ Das sei aber entsprechend aufwendig und teuer, und bestehende Lösungen werden später vielleicht obsolet, und ein optimales Zusammenspiel der Komponenten ist nicht immer garantiert.

„Grundsätzlich ist eine vollständige Integration immer von Vorteil, da dies viele Arbeiten erleichtern und viel

Zeit und Kosten spart“, gibt Ulrich Reinbeck, Geschäftsführer bei der Avista ERP Software GmbH & Co. KG, zu Protokoll. „Eine wichtige Voraussetzung ist allerdings eine gute Pflege der benötigten Daten im ERP-System“, schiebt Lars Vietense, Leiter Technik & Support bei Avista ERP nach. „Das ERP-System bietet sich für Artikel- und Kundenstammdaten als zentrales Datenverwaltungssystem im Master Data Management-Konzept des Unternehmens an. Hierzu gehören auch Klassifizierungen wie eClass und Sachmerkmalspflege als Basis für eCommerce und Katalogdaten. Ebenso zählt hierzu die Mehrfachzuordnung zu Kate-

gorien im E-Commerce-System und die Verwaltung aller dem Artikel und der Kategorie zugeordneten Mediendateien wie etwa Bilder, Sounds, und so weiter.“

Für Tim Neugebauer, den Geschäftsführer der „das Medienkombinat GmbH“, muss ein Unternehmen definieren, ob das ERP-System von Hause aus die notwendigen E-Commerce-Funktionalitäten bereitstellt: „Ist dies nicht der Fall, muss eine spezialisierte Webshop-Lösung über Schnittstellen mit dem ERP-System verbunden werden.“ Da ein ERP-System hinsichtlich seines Kernfunktionsumfangs im Grunde jedoch andere Anforderungen zu erfüllen hat als eine E-Commerce-Lösung, gibt es nach seiner Einschätzung nur wenige praktikable integrierte Systeme – wie man zum Beispiel am Zukauf von Hybris durch die SAP sehen könne. „Die meisten ERP-Lösungen sind als solche eben nicht direkt für E-Commerce geeig-

net, sprich im Normalfall wählt ein Unternehmen eine zum ERP-System passende E-Commerce-Plattform aus. Das können Marktpartner der ERP-Systemhersteller sein oder E-Commerce-Systeme, die über entsprechende Standardschnittstellen verfügen.“ Als Vorteil einer ERP-/Shop-Infrastruktur sieht Neugebauer einen wesentlichen Aspekt: „Jedes Systemteil wird im jeweils originären Bereich betrieben und spielt in der Regel auch dort seine funktionalen Stärken aus.“

Zusätzliche logistische Prozesse unterstützen

Als einen weiteren Trend sieht er, dass die „Pure Player im Bereich E-Commerce“ ihre Shop-Infrastrukturen um ERP-Funktionen erweitern, um dem wachsenden Managementaufwand gerecht zu werden: „Hier gibt es neben spezialisierten Nischenanbietern auf dem ERP-Markt auch Individualentwicklungen, um dem Geschäftsmodell des Online-Händlers besser gerecht zu werden und dadurch Wettbewerbsvorteile zusichern.“



Bild 5. Lars Vietense, Avista ERP: „Daten im ERP-System müssen stets gut gepflegt sein.“

„E-Commerce ist ein zusätzlicher Vertriebskanal im Handel, der es einem Kunden ermöglicht, zeitunabhängig zu shoppen“, skizziert Frans Goyarts, CEO Prodware Deutschland AG, die Ausgangssituation. „Gleichzeitig ha-



Bild 6. Tim Neugebauer, das Medienkombinat: „Ein jedes Unternehmen muss für sich selbst entscheiden, ob das bestehende ERP-System schon die notwendigen E-Commerce-Funktionalitäten bietet.“

delsgeschäft – beispielsweise durch entfallene Miet- und Personalkosten – anfallen. Allerdings ergeben sich durch Versandgebühren neue Kosten für den Kunden.“

Nach seiner Einschätzung sind die meisten kleineren und mittelständischen Betriebe kaum in der Lage, ihre Prozesse in diesem Maße zu verändern. Dennoch möchten sie ihre Waren per E-Commerce anbieten. „Für die Unternehmen, die sich eine zusätzliche Umschlagshäufigkeit ihrer Waren versprechen, lohnt es sich, mit einem externen Dienstleister zusammenzuarbeiten, der bereits über die zusätzlichen Lagerkapazitäten verfügt, entsprechenden Rahmenverträge mit Speditionen und Fuhrunternehmen hat und in der Lage ist, eine schnelle Distribution zu ermöglichen“, rät Goyarts.

Retouren-Management profitiert von Integration

ben sich hier – im Vergleich zum stationären Handel oder Filialgeschäft – viele neue logistische Prozesse entwickelt. Kunden kommen nicht mehr nur ins Geschäft, suchen Waren aus und bezahlen diese direkt vor Ort. Viel öfter wird über PC, Smartphone und Tablets eingekauft.“

Nach seinen Erfahrungen erfolgt die Produktauswahl über ansprechendes Bildmaterial. „Insbesondere die Fashion-Branche steht hier vor Herausforderungen, da oft eine oder mehrere Größen eines Kleidungsstücks bestellt und zu Hause in Ruhe anprobiert werden. Die nicht in Frage kommenden Teile senden Kunden dann an den Lieferanten zurück. Hier entsteht ein komplett neuer logistischer Prozess der Warenentnahme, bei dem deutlich weniger Kosten im operativen Han-

„Auch größere Hersteller verzichten darauf, ein eigenes Lager anzumieten oder zu betreiben und greifen gern auf bestehenden Strukturen, externe Läger und Logistikdienstleister zurück und vereinbaren Rahmenverträge – dies ist praktisch in der Abwicklung und verursacht überschaubare und planbare Kosten.“ Demensprechend sollte eine IT-Integration bei einem eigenen Webshop, der vom Händler selbst logistisch betrieben wird, auch eine Integration mit dem bestehenden ERP-System ermöglichen: „So haben Händler jederzeit einen Überblick über Bestände im Lager, Verkaufszahlen oder Lieferwege und können so das Qualitätsmanagement sicherstellen. Das macht sich auch im Retouren-Management bemerkbar.“

Rainer Huttenloher



ERFAHRUNG KENNT DEN SICHEREN KURS

- > ERP-Komplettlösungen
- > International in 14 Sprachen
- > Speziell für den Mittelstand
- > Skalierbar und hochkompatibel
- > Zukunfts- und investitionssicher

