

Technische Fachhochschule Wildau

Fachbereich Betriebswirtschaft / Wirtschaftsinformatik

Studiengang Wirtschaftsinformatik



Diplomarbeit

**Auswahl und Einführung eines
Warenwirtschaftssystems und experimentelle
Anbindung an einen Internet Shop am Beispiel eines
kleinen Unternehmens in der Automobilindustrie.**

Eingereicht von

Dirk Nowak

Matrikel

022770381

Betreuer: Frau Prof. Dr. Tippe

Herr Prof. Dr. Müller

Ludwigsfelde, 30.04.2007

Diplomarbeit

für **Herrn/Frau** *Dirk Nowak*
Studiengang: *Wirtschaftsinformatik*
Vertiefungsrichtung:

Betreuende Lehrkraft: *Prof. Dr. Müller*
 Prof. Dr. Tippe

Ausgabe der Arbeit: *01. Febr. 2007*

Reg.-Nr.: *17/07*

Matrikel-Nr.: *02 277 0381*

SG: *1 1/02*

Abgabe der Arbeit: *30. April 2007*

Thema der Arbeit:

Auswahl und Einführung eines Warenwirtschaftssystems und experimentelle Anbindung an einen Internet Shop am Beispiel eines kleinen Unternehmens in der Automobilindustrie

Inhalt der Arbeit:

- *Ist-Analyse der derzeitigen Unternehmenssituation*
- *Entwicklung eines Soll-Zustandes und des Bewertungskataloges*
- *Auswahl von Warenwirtschaftssystem und Webshop*
- *Einführung und Konfiguration des Warenwirtschaftssystems*
- *Konzeptionelle Integration des Online Shops*

Konsultationen: *mind. 2 Pflichtkonsultationen*

Wildau, den 10. Jan. 2007

Nowak
.....
Student

Tippe
.....
Lehrkraft

[Signature]
.....
Vorsitzender Prüfungsausschuss

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	I
1. Einleitung	1
1.1. Vorwort	1
1.2. Zielsetzung	2
1.3. Aufbau der Diplomarbeit	2
1.4. Aufgabenabgrenzung	3
1.5. Das Unternehmen	3
2. Grundlagen	4
2.1. Begriffsklärung	4
2.1.1. Open Source	4
2.1.2. Warenwirtschaftssystem versus ERP – System	5
2.1.3. Online Shop	6
2.1.4. DHL-Easylog	6
3. Ist - Analyse	6
3.1. Technische Ausstattung	6
3.1.1. Hardware	6
3.1.2. Software	7
3.2. Beschreibung der Geschäftsprozesse	7
3.3. Schwachstellenanalyse des Unternehmens	10
3.3.1. Zeitaufwendige Bestellannahme	10
3.3.2. Unzureichende Transparenz von Artikel- und Auftragszuständen	10
3.3.3. Problematische Katalogbestellungen	10
3.3.4. Fehlendes Kundenmanagementsystem	11
4. Soll – Konzeption	12
4.1. Technische Ausstattung	12
4.1.1. Hardware – Zielsetzung	12
4.1.2. Software – Zielsetzung	13
4.2. Verbesserung der Geschäftsprozesse	14
5. Auswahlverfahren der Warenwirtschaftssysteme	15
5.1. Zusammenstellung der Vergleichsprobanden	15
5.1.1. Ermittlung einer Vorauswahl	16
5.1.2. Festlegung der späteren Vergleichsprobanden	16
5.2. Erstellung des Bewertungskataloges	17
5.3. Gegenüberstellung der Vergleichsprobanden	18
5.3.1. Faktura XP OSC (V. 1.9.2104)	18
5.3.1.1. Vorstellung	18

5.3.1.2.	Anwendung des Bewertungskataloges	19
5.3.1.3.	Ergebnis.....	21
5.3.2.	Lexware warenwirtschaft pro handel 2006 (V. 6.00).....	22
5.3.2.1.	Vorstellung.....	22
5.3.2.2.	Anwendung des Bewertungskataloges	23
5.3.2.3.	Ergebnis.....	25
5.3.3.	Cao – Faktura 1.2 (V. 1.2.6.19 K).....	27
5.3.3.1.	Vorstellung.....	27
5.3.3.2.	Anwendung des Bewertungskataloges	28
5.3.3.3.	Ergebnis.....	30
5.3.4.	GS – Auftrag Professional (V. 2.7.2.1)	31
5.3.4.1.	Vorstellung.....	31
5.3.4.2.	Anwendung des Bewertungskataloges	32
5.3.4.3.	Ergebnis.....	33
5.3.5.	Amicron Faktura 8.5 (V. vom 09.06.2006).....	34
5.3.5.1.	Vorstellung.....	34
5.3.5.2.	Anwendung des Bewertungskataloges	35
5.3.5.3.	Ergebnis.....	37
5.4.	Die Entscheidung	38
6.	Einführung des Warenwirtschaftssystems im Unternehmen	38
6.1.	Einrichtung des Warenwirtschaftssystems	38
6.2.	Strukturierung der Geschäftsprozesse unter Anwendung des Wawis	41
6.2.1.	Allgemeine Skizzierung der Arbeitsabläufe einer Bestellung.....	42
6.2.2.	Endfassung eines detaillierten Prozessablaufplanes für Kundenaufträge 44	
6.2.2.1.	Geschäftsablauf am Beispiel eines großen Firmenkunden.....	48
6.2.2.2.	Geschäftsablauf am Beispiel eines privaten Auslandkunden	52
6.3.	Entwicklung eines Verbindungsskriptes zur Verknüpfung mit DHL-Easylog..	55
6.3.1.	Grundlegender Exportverlauf der Sendungsdaten	55
6.3.2.	Funktioneller Leistungsumfang.....	56
6.4.	Gestaltung der Geschäftsformulare	58
6.5.	Datensicherheit.....	58
7.	Der Online Shop xt:Commerce	59
7.1.	Begründung der Shopwahl	59
7.2.	Kurze Vorstellung	60
7.3.	Datei- und Verzeichnisstruktur.....	61
7.4.	Funktionelle Möglichkeiten	63
7.4.1.	Artikelverwaltung	63

7.4.2.	Kundenverwaltung	64
7.4.3.	Versand- und Zahlungsarten	65
7.5.	Anbindung des Warenwirtschaftssystems	66
7.5.1.	Wesentlicher Aufbau des Datenaustausches	66
7.5.2.	Allgemeine Einstellungen	67
7.5.3.	Programmeinstellungen zum Auftragsimport.....	68
7.5.4.	Optimierung der Datensynchronisation	69
7.6.	Die Layouterstellung	71
8.	Fazit	74
	Abkürzungsverzeichnis	77
	Abbildungsverzeichnis	77
	Tabellenverzeichnis	78
	Glossar	78
	Literatur- und Quellenverzeichnis	79
	Bücher	79
	Quellen aus dem Internet	80
	Anhang	81
	Detaillierter Bewertungskatalog	81
	Faktura XP OSC (V. 1.9.2104).....	81
	Lexware warenwirtschaft pro handel 2006 (V. 6.00)	89
	Cao – Faktura 1.2 (V. 1.2.6.19 K)	98
	Amicron Faktura 8.5 (V. vom 09.06.2006)	107
	Geschäftsformularbeispiele	117
	Dokument vor der Wawi-Einführung	118
	Dokumente nach der Einführung	119
	Struktur der XML-Dateien zum Datenaustausch.....	128
	Auszug für Artikeldaten	128
	Wawi.-Importdefinition für Shop-Bestellungen	128
	Danksagung	132
	Eidesstattliche Erklärung	133

1. Einleitung

1.1. Vorwort

Im Zeitalter der Globalisierung und steigender Konkurrenz stehen viele Unternehmen unter einem hohen Wettbewerbsdruck. Viele Kunden entscheiden sich hierbei nicht nur für den Anbieter mit den günstigsten Artikelpreisen, sondern auch für den mit dem sie positive Erfahrungen aus vorherigen Geschäftsprozesse gemacht haben.

Hierbei beeinflusst nicht nur das freundliche Auftreten der Mitarbeiter, sondern auch die Professionalität und der Service der Firma die Kunden-Händler-Beziehung. Deshalb versuchen viele Firmen ihre betrieblichen Abläufe zu optimieren und transparenter zu gestalten. Dieses ermöglicht nicht nur Kosten einzusparen, um diese später an den Nachfrager weiterzureichen, sondern auch die Serviceleistungen, beispielsweise durch einen schnelleren Geschäftsablauf, zu verbessern.

Insbesondere kleine Firmen, bei denen oftmals jeder einzelne Kunde zählt, stehen unter dem permanenten Druck schnell kundenindividuell und professionell reagieren zu müssen. Des Weiteren kann die Arbeit, oftmals aufgrund des niedrigen finanziellen Budgets, nicht auf beliebig viele Mitarbeiter verteilt werden. Diese Unternehmen besitzen nur einen kleinen Stab von Mitarbeitern und bedürfen daher einer schnellen Bearbeitung der Geschäftsabläufe, um möglichst viele Aufgaben in der Arbeitszeit zu erledigen.

Eine beliebte Arbeitserleichterung hierfür, bietet ein professionelles Warenwirtschaftssystem an. Es kann sowohl Artikelinformationen und Vorgangsinformationen, wie Kunden- und Lieferantenbestellung, per Knopfdruck bereitstellen als auch oftmals ein integriertes Kundenmanagementsystem vorweisen. Solch ein Kundenmanagementsystem kann später durch Marketingkampagnen auch zur Kundenbindung eingesetzt werden, falls z.B. ein Kunde seit längerem keinen Einkauf getätigt hat. Die integrierte statistische Auswertung des Warenwirtschaftssystems gibt dabei Auskunft über den Erfolg oder Misserfolg einer Kampagne.

Aber auch andere Prozesse können vereinfacht werden, beispielsweise durch Schnittstellen zu einer Online Banking Software oder Buchhaltungsprogrammen. Viele oftmals langwierige Aufgaben, wie das schreiben einer Rechnung, können in wenigen Minuten erledigt werden, wo vorher ein längerer Zeitraum benötigt wurde. Insbesondere die Kombination mit einem Online Shop steigert die Attraktivität von Warenwirtschaftssystemen für eine Vielzahl von kleineren Unternehmen.

1.2. Zielsetzung

Ziel dieser Diplomarbeit ist die Beschreibung der Vorgehensweise bei der Auswahl und Einführung eines Warenwirtschaftssystems zur optimierten Abwicklung von Kundenaufträgen bei einem kleinen Unternehmen der Automobilbranche.

Durch die Analyse des momentanen Ist-Zustandes und der zukünftigen Soll-Konzeption soll ein Bewertungskatalog für das Unternehmen ausgearbeitet werden, der alle geforderten Merkmale an eine Auswahl von Warenwirtschaftssystemen untersuchen soll. Hierbei wird das Warenwirtschaftssystem mit der besten Bewertung als Software-Lösung eingerichtet. Ist dieses System eingeführt und fest in die betrieblichen Abläufe integriert, so soll zu einem späteren Zeitpunkt hierzu ein passender Internet Shop ermittelt und angebunden werden.

Ziel dieser Arbeit besteht allerdings nicht in der Ausarbeitung und Ausführung einer allgemeinen Marketingstrategie, um neue Kunden für den Internet Shop zu gewinnen. In dieser Arbeit werden lediglich technische Rahmenbedingungen des Web Shops ermittelt, die seine spätere Integration und Anwendung erleichtern soll.

1.3. Aufbau der Diplomarbeit

Zum besseren Verständnis erfolgt zu Beginn der Diplomarbeit in Kapitel 2 eine Erklärung einiger elementarer Grundbegriffe.

Danach erfolgt in Kapitel 3 eine Analyse der technischen Ausstattung und der Geschäftsprozesse des Beispielunternehmens MFT.

Weiterhin erläutert Kapitel 4 die späteren Anforderungen und Planungsvorstellungen zur Einführung von Wawi und Online Shop.

Im Anschluss daran wird in Kapitel 5 ein passendes Wawi unter Anwendung eines Bewertungskataloges für die Firma ermittelt.

Eine Beschreibung über die Einführung dieser Software findet in Kapitel 6 statt.

In diesem Teilbereich wird dabei nicht nur die Einrichtung dieses Systems, sondern auch die Anpassung der betrieblichen Geschäftsvorgänge bei MFT dargestellt.

Kapitel 7 befasst sich mit einer eventuell zukünftig folgenden Einführung eines speziellen Online Shops. Es erläutert unter anderem seine Einsatzmöglichkeiten, die Wawi-Anbindungskonfiguration und technische Ausführungen, wie die Design-Erstellung des Web Shops.

1.4. Aufgabenabgrenzung

Aufgrund der Tatsache, dass nicht alle Arbeiten eine Person allein erledigen konnte, erhielten die Firmenmitarbeiter einen Teil der Aufgaben. Insbesondere die Erfassung und Preiskalkulation der nahezu 2000 Artikel und der hunderten von Stammkunden erfüllten die unternehmenseigenen Mitarbeiter.

Weiterhin wurde der spätere Server für das Warenwirtschaftssystem vom Unternehmen selbst zusammengestellt.

1.5. Das Unternehmen

Das Unternehmen MFT – Milewski Fahrzeugtechnik wurde am 01.01.2000 gegründet. Spezialisiert auf die VW & Audi Motorentechnik bietet es außerdem alles für die Autofahrzeugtechnik. Als Ein-Mann Betrieb in einem kleinen 25 qm Büro gestartet, erweiterte sich das Unternehmen im Laufe der Zeit in eine moderne 250 qm Halle, in zwei Vollzeitmitrbeitern und einen Teilzeitmitarbeiter. Die Firma besitzt einen hervorragenden Ruf als professioneller Auto-Tuning-Fachhändler, wobei sie sogar Artikel an Kunden außerhalb Europas verschickt.

Als Firmeninhaber ist Ralf Milewski eingetragen.