



Foto: R. Lüers

## Digitalisierung im Großhandel: ALPHAPLAN bei Maschinen Stockert

Nicht wenige Großhändler aus dem KMU-Segment nutzen die Möglichkeiten des Internet-Vertriebs noch nicht oder nur unzureichend. Das paßt ins Bild vom allgemeinen Rückstand dieser Unternehmen in Sachen Digitalisierung, das von hier schon öfter zitierten Studien gezeichnet wird. [1]

In ERP Management 3/2018 veröffentlichten wir die Success-Story der Wäschekrone GmbH & Co. KG, zeichnen deren Digitalisierungshistorie mit 16 größeren Projekten in 11 Jahren nach und wiesen auf das Charakteristische der dortigen Entwicklung hin: konsequente Nutzung technischer Möglichkeiten und stetige (Weiter-) Entwicklung unternehmensspezifischer Digitalisierungskonzepte – mit einem anpassungsfähigen ERP-System als Rückgrat. [2] Beschrieben wurde einer von vielen möglichen Wegen zum digitalisierten Unternehmen – einen weiteren stellen wir im folgenden vor. Auch hier spielt das an den spezifischen Unternehmensbedarf hochanpassungsfähige ERP die Rückgrat-Rolle, ergänzt durch eine Middleware für den Channel-Vertrieb.

### Das Unternehmen ...

1972 wurde Maschinen Stockert gegründet, heute wird es in zweiter Generation geführt und handelt mit Werkzeugen und Maschinen. Angesiedelt ist es in Hohenbrunn bei München, etwa 50 Mitarbeiter sind beschäftigt. Inner-

halb von 10 Jahren hat sich das Unternehmen von einem klassischen lokalen Anbieter zu einem europaweit aktiven B2B/B2C-Händler entwickelt.

### ... und seine Kunden

Zu den Kunden gehören Unternehmen des Bauhaupt- und Baunebengewerbes: Dachdeckereien, Schlossereien, Sanitär- und Heizungsinstallation, Metallbau, Stahlhallenbau und Blechverarbeitung.

### Systemauswahl

2015 stand die Auswahl eines neuen ERP-Systems an. Dieses hatte vier wesentliche Anforderungen zu erfüllen:

1. Standardmäßige Abbildung der warenwirtschaftlichen Handelsprozesse.
2. Integriertes CRM.
3. Hochgradige Flexibilität und Anpassungsfähigkeit (in Eigenregie!), volle Updatefähigkeit.
4. Hohe Integrationsfähigkeit zu anderen Systemen (E-Mail-Integration, Versandanbindung, MS Office-Anbindung) und zu Marktplätzen. Weitestgehend offene Schnittstellen.

Die Wahl fiel auf ALPHAPLAN ERP mit CRM und Rechnungswesen. Enthalten waren die Module Seriennummern, Set-Artikel, Lagerplatzverwaltung, Qualitätssicherung im Wareneingang, automatische Rückstandsauflösung, Helpdesk und Telefonanbindung (Tapi) sowie Provisionsabrechnung, Reklamationsbearbeitung und Anbindung an unterschiedliche Vertriebskanäle und Einkaufsverbände. Auch das ALPHAPLAN Design-Kit für eigenständige Anpassungen wurde installiert. Im Einsatz sind 30 Concurrent User in der Warenwirtschaft und vier User im Rechnungswesen.



Foto: R. Lüers

## Anpassungen

Insgesamt wurden bis heute 260 kundenspezifische Dialoge sowie 40 Formulare in Deutsch und Englisch durch Stockert und CVS erstellt und gepflegt. Sonder- oder Änderungsprogrammierungen wurden seit 2018 nicht mehr in Auftrag gegeben, sondern vom Unternehmen selbst durchgeführt. Die gesamte Projektzeit für die Einrichtung der Komponenten Warenwirtschaft, CRM, Rechnungswesen sowie der beschriebenen Anbindungen und Integrationen betrug 10 Monate.

## Die Artikelbasis

Insgesamt sind heute 580.000 Artikel verfügbar und lieferbar, größtenteils durch den Einkaufsverband E/D/E [3]. Da nur ca. 8.000 Artikel im eigenen Lager geführt werden (auf knapp 2.500 qm Lagerfläche), wird ein großer Teil des Geschäfts mittlerweile per Crossdocking abgewickelt.

## Crossdocking

Vorteile: Zeitgerechte Lieferung auch ohne eigene Lagerung, direkt durch den E/D/E. So werden eigene Bestände, Lagerplatzbedarf und Lagerhaltungskosten gering gehalten. Wurden in der Vergangenheit lediglich Aufträge erfaßt, die aus dem eigenen Lagerbestand bedient werden konnten, können nun über die Crossdocking-Funktionalität Aufträge gebucht und ausgeführt werden, wenn der eigene Artikelbestand 0 ist – auch in Kombination mit eigenen Aufträgen. Die daraus resultierenden Bestellungen werden automatisch als Crossdocking-Aufträge im ERP abgewickelt. Ein Mehraufwand entsteht nicht, da die Vorgänge vollautomatisch abgearbeitet und per EDI zweimal täglich übertragen werden.

## Ebay- und Amazon

Im alten ERP System konnten Artikelstämme und Verkaufspreise exportiert und in die dafür vorgesehenen Ebay-Turbolister und die Amazon-Plattform übertragen werden. Die Ergänzung um Metadaten, Artikel-Attribute und Auktionszeiträume bei diesen beiden Plattformen war aber immer eine manuelle Tätigkeit für zwei Mitarbeiter. Der damit verbundene hohe Aufwand war ein begrenzender Faktor für die erzielbaren Umsätze auf diesen Kanälen. Das änderte sich grundlegend mit der Einführung von ALPHAPLAN und Speed4Trade.

## Omnichannel-Integration: ALPHAPLAN + Speed4Trade

Durch das reibungslose Zusammenspiel beider Systeme konnte der Automatisierungsgrad deutlich erhöht und die Stammdatenpflege um über 75% reduziert werden. Die Zahl der Auktionen wurde erheblich gesteigert, die Anzahl der Artikel bis Mitte 2019 auf 12.000 erhöht. Waren zuvor nur wenige hundert Artikel bei Ebay und Amazon gelistet, sind es nunmehr fast tausend bei Ebay, über zehntausend bei Amazon und knapp tausend beim zwischenzeitlich

hinzugekommenen Rakuten. Erwähnenswert ist noch der Bestandsabgleich über alle Kanäle hinweg. Bei einem vollständig verkauften Artikelbestand werden auf allen Kanälen die Auktionen beendet bzw. die Artikel auf "nicht verfügbar" gesetzt. Die Versandsoftware (UPS und DHL) wird vom ERP mit den notwendigen Daten beliefert, die Sendungsnummern werden dann von der Versandsoftware aus an Speed4Trade und von dort weiter an den Marktplatz übertragen. Die Attributverwaltung ist je nach Marktplatz unterschiedlich: Amazon braucht lediglich den EAN-Code und stellt die Produktdaten bereit; bei eBay und Rakuten muß der Händler die Produktdaten selbst an die Plattform liefern, was eine entsprechende Verwaltung erforderlich macht. Die Verkaufspreise können sich je Marktplatz unterscheiden, sie werden im ERP hinterlegt.

## Fazit

Die Netto-Umsätze konnten seit 2016 mehr als verdoppelt werden. Durch den hohen Automatisierungsgrad mittels Speed4Trade wird nur noch ein Mitarbeiter zur Steuerung der Angebots- bzw. Verkaufsprozesse auf den drei Kanälen benötigt.

Es ist offensichtlich, daß die Anforderungen eines Omnichannel-Geschäftsmodells weit über das hinausgehen, was manuell bei der Nutzung verschiedener Vertriebskanäle leistbar ist. Automatisierung ist also eine Voraussetzung, gut gepflegte Produkt-/Artikelstammdaten eine weitere und natürlich ein anpassungsfähiges und hochflexibles ERP. Selbstverständlich müssen die Unternehmen Regeln und Logik von Plattformen wie Amazon genau kennen. Die Einschaltung einer „vermittelnden Instanz“ („Middleware“), kann für KMU einen guten Einstieg in den digitalisierten Multi-/Omnichannel-Vertrieb darstellen. Die wichtigsten Akteure im Hintergrund sind die Schnittstellen, mit denen das E-Commerce-System (bspw. mit Speed4Trade als Middleware) in die warenwirtschaftlichen Prozesse integriert wird – sie sind eine zwingende Voraussetzung für zuverlässige, automatisierte Prozesse in Vertrieb, Lager und Logistik, die zudem in einem hohen Tempo ablaufen und dafür eine stabile technische Basis brauchen: höchste Verfügbarkeit des Systems, Erfüllung höchster Anforderungen an die Datensicherheit und auch an den Datenschutz. Daß diese Rückgratfunktion eines ERP-Systems bei einer Vernetzung mit externen Systemen (Marktplätzen) eine entscheidende Rolle spielt, liegt auf der Hand.

- [1] Beispielhaft genannt: Roland Berger: Digitale Transformation des Großhandels (München, 2016)
- [2] „Digitalisierung auf Schwäbisch“ <https://www.erp-management.de/node/1319>. Mit diesem Projekt gewannen wir die Auszeichnung „ERP-System des Jahres 2018“ in der Kategorie „Treiber der Digitalisierung“.
- [3] E/D/E Einkaufsbüro Deutscher Eisenhändler GmbH. Einkaufsgemeinschaft mit Sitz in Wuppertal.

## Kontakt



Robert Lüers (Vertriebsleiter)  
 CVS Ingenieurgesellschaft mbH  
 Otto-Lilienthal-Straße 10  
 28199 Bremen  
 Tel.: +49 421 35017-0  
 E-Mail: [vertrieb@cvs.de](mailto:vertrieb@cvs.de)

ALPHAPLAN  
 ERP

Büro Süddeutschland:  
 An der Karlsburg 2  
 82319 Starnberg  
 Tel.: +49 421 35017-640  
 E-Mail: [vertrieb@cvs.de](mailto:vertrieb@cvs.de)  
 Web: [www.alphaplan.de](http://www.alphaplan.de)