

Mehr als nur ein Informationsmedium

Martin-U. Harbort

Am Internet kommt heute keiner vorbei. Für die Meisten ist es selbstverständlich, nach Feierabend ein bißchen zu surfen oder Bankgeschäfte online zu erledigen, per E-Mail Kontakte zu pflegen oder bei Buchhändlern im Web zu ordern. Viele mittelständische Glashersteller haben mittlerweile sogar eine Website, denn die eigene Domain ist mittlerweile ein „Muß“ auf Visitenkarte und Geschäftspapier.

Daß diese Website meist unprofessionell gestaltet und schlecht gepflegt wird, darauf soll an dieser Stelle nicht weiter eingegangen werden. Viel mehr geht es um die Antwort auf folgende Fragen: „Was kann das Internet für Glasbetriebe tun?“ und „Wie kann es effizient für den betrieblichen Alltag genutzt werden?“

E-Commerce

Zunächst einmal ist das Internet ein Informationsmedium mit einem Umfang, den es nie vorher gegeben hat. Zu (fast) allen Fragen gibt es im Web eine Antwort. Diese zu finden ist allerdings das Hauptproblem, denn aufgrund des immensen Informationsvolumens sind die gesuchten Antworten schwer aufzufinden. Hilfe bieten hier Suchmaschinen wie google.com oder metacrawler.de an. Eine andere unkomplizierte Möglichkeit sind Portale wie fenster-markt.com, glaswelt-net.de oder glas.handwerk.com, die strukturiert branchenspezifische Informationen anbieten.

Doch gerade für den betrieblichen Alltag bietet das Internet noch viel wichtigere Möglichkeiten zur Effizienz-

erhöhung. In einem von Kostendruck geprägten Umfeld wird es auch für das Handwerk immer wichtiger, Prozesse effizienter zu gestalten. Deshalb findet die Thematik E-Commerce ständig mehr Beachtung in der Glasbranche; es wird diskutiert, wie Geschäftsprozesse über das Internet abgewickelt werden können. Bei E-Commerce denkt jeder erst einmal an eine Shoplösung à la Amazon, in der die verschiedenen Artikel mit einem Bildchen versehen in einen virtuellen Warenkorb gelegt und dann per Mausclick bestellt werden können. Für die Flachglas- und Fensterbranche mit ihren vielfältigen Aufmaßen und Varianten ist eine derartige Standard-Shop-Lösung eher uninteressant, da es sich nicht um einfach zu bestellende Standardartikel handelt, sondern um Spezialanfertigungen. Deshalb sollte ein Bestellformular mit Machbarkeitsüberprüfung aus dem hauseigenen ERP-System erzeugt werden können, um eine direkte Anbindung und korrekte Preisfindung zu ermöglichen. Dies hat auch den Vorteil, daß (ohne Aufwand für den Glashersteller) Angebote automatisiert erstellt und später direkt in einen Auftrag gewandelt werden können.

Interessant ist für alle Beteiligten außerdem eine Datenübertragung zwischen Fenster- bzw. Türenbauer auf der einen und den Flachglasproduzenten auf der anderen Seite. So können Bestellprozesse wesentlich erleichtert und damit auch die Kosten gesenkt werden. In einer derartigen Lösung wird in der Fenster-Software das Fenster virtuell erstellt, in einzelne Positionen aufgeteilt und Glas und Beschläge (sofern nicht am Lager vorhanden) direkt online beim Glaslieferanten bestellt. Dies erspart im Fensterbetrieb das Ausdrucken und Faxen des Auftrages, der Glashersteller hat den Vorteil, daß er eine exakte Konstruktionszeichnung mit allen notwendigen Details erhält. So entfallen die derzeit oft noch notwendigen Rückfragen.

Notwendig dafür ist auf beiden Seiten die entsprechende Schnittstelle in der Software, im ERP-System. Viele Softwarehersteller bieten diese bereits an, problematisch ist allerdings, daß aufgrund der unterschiedlichen Artikelnummern bei Fenster-Hersteller und Glas-Lieferant die Kommunikation und Datenübertragung erschwert wird. Eine Erleichterung für beide Seiten ist da sicherlich der Glasmarkt. Bei Einbeziehung des Glasmarktes werden die Artikelnummern synchronisiert, d. h. die Bestellung wird direkt in das hauseigene ERP-System übertragen und kann dort vollautomatisch weiterbearbeitet werden. Dies ermöglicht auch die Anbindung mehrerer Kunden an das hausinterne System, die Kosteneinsparungen werden sich also zu einem erklecklichen Betrag aufsummieren und die Kunden den neuen Service sicherlich schätzen lernen. Denn echter E-Commerce heißt, daß beide Seiten sparen.

Die Grundlagen für sinnvolle E-Commerce in der Glasbranche sind also vorhanden, und wer sie einbezieht, kann seinen Betrieb und dort vor allem den Vertrieb effizienter gestalten. So wird das Abschließen von Rahmenverträgen wesentlich erleichtert, der Fenster-/Türenhersteller bekommt nach Abschluß des Vertrages das Login für den Bestellbereich, alles weitere läuft automatisch ohne Aufwand in der kaufmännischen oder AV-Abteilung. Und gerade in Zeiten eines zunehmenden Preiskampfes ist das Senken der Prozeßkosten ein strategischer Bestandteil der Unternehmensorganisation. □

Martin-U. Harbort ist zuständig für den Vertrieb E-Commerce bei der Albat+Wirsam Softwarevertriebs GmbH in 35440 Lingen.