



Foto: Daniel Fleck – Fotolia.com

Erfolg durch Verbindung

Von der Bestellung der Ware bis hin zum Verkauf sollte in einem Onlineshop alles in einem System abgebildet werden. Doch wie kommt zusammen, was zusammengehört? Die Agentur netz98 hat beim POLO Motorrad-Onlineshop eine Magento-Lösung implementiert (René Gelin/sb)

POLO (www.polo-motorrad.de) ist einer der führenden Anbieter von Motorradbekleidung, -zubehör und -technik in Deutschland und verfügt in seinem Onlineshop über ein Sortiment von über 30.000 Artikeln. In diesem Jahr hat das Unternehmen mit seinem Onlineshop einen Relaunch hingelegt. Beauftragt mit der Konzeption und Umsetzung des Shops wurde die Main-

zer Internetagentur „netz98 new media GmbH“, die innerhalb von nur sechs Monaten mit der Enterprise Edition der Open-Source-Webshoplösung Magento eine neue technische Basis für den Motorradausstatter geschaffen hat. Das Besondere: Über eine selbst programmierte XML-basierte Schnittstelle haben die Mainzer den Magento-Shop direkt an das vorhandene ERP-System

angebunden. POLO-Mitarbeiter können den Shop nun direkt aus dem ERP-System heraus pflegen, wobei die Datenübergabe automatisiert und nahezu in Echtzeit erfolgt.

Die Ausgangssituation

Vor der Magento-Lösung nutzte der POLO-Onlineshop eine Individualentwicklung, die auf Typo3 basierte. „Es gab keine direkte Schnittstelle zwischen Shop und ERP-System, vielmehr war eine Datenbank zwischengeschaltet. Das bedeutete viel manuelle Arbeit“, sagt Mirko Teichmeier, Leiter Internet bei POLO. Für Magento habe man sich in Abstimmung mit der Agentur netz98 entschieden, die mit dem Relaunch des Shops beauftragt wurde. Magento habe die technischen und funktionellen Anforderungen am besten erfüllt, sagt Teichmeier. „Das System bietet die Möglichkeit, unseren Shop auf eine solide technische Basis zu setzen und gleichzeitig mehr Funktionalität in den Shop zu bringen“. Teichmeier nennt z. B. 360-Grad-Sichten von Produkten, die Integration eines leistungsstarken Bildbetrachters oder von Flash – was alles mit dem alten Shopsystem nicht möglich gewesen sei. Doch auch die Flexibilität der Kategorien und Verzeichnisstrukturen haben den Internetleiter überzeugt. „Es ist sehr einfach möglich, im System neue Kategorien etwa für Sonderaktionen hinzuzufügen. Da es sich bei Magento um ein Open-Source-System handelt, profitieren wir darüber hinaus von neuen Features aus der Community.“ Auf die Idee, den Shop mit dem ERP-System zu verbinden, sei man in Gesprächen

5 Expertentipps für eine Shop-Entwicklung

1. Konzeptionsphase Ausschlaggebend für den Erfolg oder Misserfolg eines Projekts ist vor allem die Konzeptionsphase. Eine ausführliche Konzeption ist entscheidend – das darf man auf keinen Fall vernachlässigen. Wie soll das Shop-System aussehen, welche Funktionen brauche ich? Das sind Fragen, die im Vorfeld geklärt werden müssen. Dabei sollten Unternehmen nicht ihre eigenen Interessen, sondern immer die Bedürfnisse und Wünsche der Shop-Nutzer im Blick haben.



Daniel Nitz, Berater E-Commerce bei Netz98.de

2. Datenmodellierung Auch die Datenmodellierung sollte man sehr frühzeitig angehen. Unternehmen müssen definieren, wie die Produktdaten auszusehen haben. Das hängt nicht zuletzt davon ab, welche Möglichkeiten man den Nutzern später bieten möchte. Will ein Online-Händler den Kunden bspw. Filterungen nach bestimmten Kriterien wie Farbe oder Preis ermöglichen, muss dies in der Datenstrukturierung der Produkte berücksichtigt werden.

3. Usability-Tests Es ist empfehlenswert, schon im Vorfeld der Shop-Entwicklung Usability-Tests durchzuführen. Sobald Konzept und Design stehen, sollte ein Prototyp ohne Backendtechnik gebaut und in Zusammenarbeit mit einer Usability-Agentur im Labor an der Zielgruppe getestet werden. Lässt man die Probanden eine Aufgabe lösen und befragt sie zudem zu ihrer Vorgehensweise, erhält man wichtige Informationen darüber, ob Konzept, Design und Funktionalität in der Zielgruppe auch wirklich funktionieren.

4. Performance Unternehmen sollten immer auch die Performance im Blick haben. Die Infrastruktur muss mit Lastspitzen – beispielsweise aufgrund von Marketing-Kampagnen – umgehen können, sie muss skalierfähig sein.

5. Zusammenarbeit Nicht zuletzt ist für den Erfolg eines Projekts eine enge und funktionierende Zusammenarbeit unabdingbar. Ohne einen direkten Austausch zwischen allen Beteiligten (Auftraggeber, Shop-Entwicklern und weiteren Dienstleistern wie etwa Systemintegratoren) sind Probleme vorprogrammiert.

mit der Agentur gekommen. „Ziel der Schnittstellen-Programmierung war, die Pfl egbarkeit des Shops zu optimieren und einen besseren Workflow zu gewährleisten.“

Herausforderungen der Lösung

Bei der Umsetzung des neuen Shops habe es eine Reihe von Herausforderungen gegeben, sagt Daniel Nitz, E-Commerce-Berater bei netz98. Eine lag z. B. in der Definition der Prozesse. So musste im Vorfeld ganz klar festgelegt werden, welche Informationen wann, wo und wie zwischen den Systemen ausgetauscht werden sollen. Dabei sei auch zu berücksichtigen gewesen, dass ERP-Systeme, anders als Shop-Systeme, in der Regel nicht rund um die Uhr verfügbar sind. Als weiteren Knackpunkt nennt Nitz, beim Informationsaustausch einen vernünftigen Kompromiss zwischen dem Nutzen für den Kunden und der Performance zu finden. „Gerade bei Bestandsinformationen wäre es theoretisch optimal, wenn jede Veränderung im Lagerbestand direkt an den Shop gemeldet würde und der Besucher nahezu in Echtzeit über die Verfügbarkeit eines Artikels informiert ist.“ Aus Performance-Sicht sei das allerdings nicht machbar. Deswegen mussten die Entwickler hier einen adäquaten Mittelweg finden. Eine weitere Herausforderung lag zudem in der zuverlässigen Überwachung der Systeme, beispielsweise über die Generierung von Rückmeldungen. „Es musste gewährleistet sein, dass die Systeme fehlerfrei

funktionieren bzw. dass Fehler sofort erkannt werden, damit unmittelbar auf sie reagiert werden kann“, verrät Nitz, der hinzufügt, dass im E-Commerce jede Minute, in der man keine Bestellung annehmen kann, Geld koste.

Darauf gilt es zu achten

Wer ebenfalls seinen Onlineshop mit dem verwendeten ERP-System zusammenbringen möchte, sollte darauf achten, dass eine enge Abstimmung zwischen den Shopentwicklern und den ERP-Integratoren gegeben ist, rät Daniel Nitz. Wichtig sei auch die Dokumentation, da etwa die Definitionen von Austauschdateien unabdingbar sind. „Die einzelnen Prozesse müssen später noch nachvollziehbar und auch änderbar sein, etwa wenn zusätzlich ein Gutscheincode an das ERP-System übergeben werden soll“, sagt der E-Commerce-Berater. Für Magento haben sich die Entwickler entschieden, weil das System eine kurze „Time-to-Market“ habe und bereits viele Funktionalitäten mitbringt. „Es bietet für viele Anforderungen eine gute Ausgangsbasis und ist ein gut konzipiertes System“, so Daniel Nitz. Der Vorteil eines Open-Source-Systems sei zudem, dass sich Unternehmen dadurch – anders als bei Closed Source – nicht von einem Anbieter oder – im Falle einer Individualentwicklung – von einer Agentur abhängig machen. Dass der Quellcode frei verfügbar ist, Sorge auch für eine höhere Sicherheit. So würden beispielsweise Fehler schneller gefunden und

lieben sich zügiger beheben. „Speziell im POLO-Projekt sprach beispielsweise für Magento, dass es die Möglichkeit bietet, verschiedene Ländermandanten innerhalb einer Oberfläche zu betreuen“, sagt Nitz. Das erleichtere nicht nur die Pflege, sondern versetze den Anwender auch in die Lage, neue Features nahezu parallel in verschiedenen Ländern auszurollen. Bleibt die Frage nach den Kosten für eine solche Lösung. „Darüber lässt sich keine allgemeingültige Aussage treffen“, so der netz98-Berater. Die Kosten hingen zum Beispiel von den Funktionalitäten ab, die ein Kunde zusätzlich zum Standardumfang von Magento umgesetzt haben möchte. Es spiele auch eine Rolle, wie etwa ein ERP-System integriert werden soll und ob es noch manuelle Prozesse geben solle oder ob der Datenaustausch nahezu automatisiert stattfindet. „Und die laufenden Kosten hängen nicht zuletzt von den Besucherzahlen ab“, erklärt Daniel Nitz.

Wer ebenfalls eine solche Lösung plant, sollte nach Meinung von Mirko Teichmeier auf jeden Fall mit einem Experten zusammenarbeiten, der das Projekt von der ersten Konzeptionsphase an begleitet. Natürlich müsse sich dieser mit dem Shopsystem, das letztlich implementiert werden soll, sehr gut auskennen, da immer irgendwelche Anpassungen vorzunehmen seien. Zudem sei es sinnvoll, schrittweise vorzugehen und nicht alles auf einmal machen zu wollen. ■

„Die Pfl egbarkeit des Shops und die Workflows haben sich extrem verbessert“

Wo lagen die Probleme bei der Implementierung?

Mirko Teichmeier Die Daten aus unserem ERP-System mussten manuell in einer Access-Datenbank bearbeitet und dann in den Shop importiert werden. Dadurch war der Workflow von der Produkthanlage im ERP-System bis zum Live-Bringen der Artikel mit allen Informationen inklusive Media Assets langwierig und sehr kompliziert. Die gesamte Pflege musste deswegen komplett durch unser Internet-Team geleistet werden. Zudem konnten wir mit unserem alten Shop-System bestimmte Funktionalitäten nicht umsetzen.

Wie zufrieden sind Sie mit den Ergebnissen?

Mirko Teichmeier Wir sind mit den Ergebnissen und der Zusammenarbeit mit netz98 sehr zufrieden – vor allem, wenn man bedenkt, dass wir für die Komplettumstellung auf Magento und die Anbindung an das ERP-System nur ein halbes Jahr benötigt haben. Die Pfl egbarkeit des Shops und die Workflows haben sich extrem verbessert. Mediendaten, Bilder, PDFs und später auch Audio- und Videodateien können einmal im ERP-System an das Produkt angehängt werden und fließen dann automatisch in den Shop. Einkäufer und



Mirko Teichmeier, Leiter Internet bei POLO
(www.polo-motorrad.de)

Produktmanager, die die Artikel am besten kennen, können jetzt selbst die Pflege übernehmen. Das ist eine große Entlastung für das Internet-Team.

Wo lagen die Schwierigkeiten, die beiden Systeme zusammenzubekommen?

Mirko Teichmeier Eine Herausforderung war, dass wir uns im Vorfeld ausführlich Gedanken machen mussten, welche Prozesse zu definieren sind und welche Informationen wann, wie und wo zwischen den Systemen ausgetauscht werden sollen. Nur so waren wir in der Lage, Fallstricke, die während einer Implementierung immer auftauchen, rechtzeitig zu erkennen, und hatten auch stets eine Lösung dafür parat. Besonders hilfreich war die enge Abstimmung zwischen allen Beteiligten.

Wie schwer war die Implementierung der XML-basierten Schnittstelle?

Mirko Teichmeier Die Implementierung war sicherlich eine anspruchsvolle Aufgabe, aber durch die gute Zusammenarbeit mit unseren Dienstleistern konnten wir sie sehr gut meistern.