



„Wir werden durch die Installation des Mauve-Webshops und des Mauve System3, die gerade einmal knapp zwei Wochen gedauert hat, die Effizienz unseres Online-Geschäftes um mindestens 50 Prozent steigern können“.

Doris Trinkler, Geschäftsführerin der Schweizer Lush-Niederlassung

## Effizienzsteigerung in den Alpen

Im stationären Handel kennt sich Lush als Anbieter von Bade- und Kosmetikartikeln bestens aus. Doch das Onlinesystem zeigte Schwächen und musste ersetzt werden. Die Lösung von Mauve machte dabei das Rennen (René Gelin/sb)

Im Internet vertreten ist Lush bereits seit 2002. Seither ist der Internetversandhandel ein wesentliches Standbein des Vertriebs des Seifenspezialisten. „Im Laufe der Zeit mit steigender Nutzerzahl und einem ständig größeren Produktangebot traten jedoch die Schwächen des Onlinesystems zunehmend zutage“, sagt Doris Trinkler, Geschäftsführerin der Schweizer Lush-Niederlassung. Vor allem durch die fehlende Anbindung des Shops an ein Warenwirtschaftssystem seien die Lush-Mitarbeiter dem steigenden Versandhandelsgeschäft kaum noch gewachsen gewesen.

### Buchungen per Hand

Der Grund für die Klagen der Managerin über das alte System sind leicht nachvollziehbar: So mussten die Aufträge, die über den Webshop kamen, per „Cut and Paste“ in ein Word-Dokument übertragen und die Adressstämme manuell angelegt werden. Rechnungen, Mahnungen und Versandetiketten mussten ebenfalls per Hand in den Computer eingegeben werden. Die Abwicklung wurde zudem durch den Umstand erschwert, dass die Verwaltung

und die Logistikabwicklung, die von einem Ladengeschäft aus durchgeführt wird, zwar im schweizerischen Zug, aber in unterschiedlichen Gebäuden sitzen. Auftragssachbearbeitung und Buchhaltung wurden vom Homeoffice, ungefähr eine Autostunde von Zug entfernt in den Bergen, erledigt, was einen erheblichen Kommunikationsaufwand bedeutete. „Uns ist klar geworden, dass wir nur durch eine Automatisierung des gesamten Prozesses von der Pflege des Shops über die Bestellung und Auftragsbearbeitung bis zur Versandlogistik mit der rasanten Entwicklung unseres Online-Versandhandels Schritt halten und Luft für das weiter steigende Online-Geschäft schaffen konnten“, erklärt Doris Trinkler, die sogleich damit begann, eine neue Lösung für den Webshop von Lush zu beschaffen.

### Anforderungen an den Webshop

An den neuen Webshop hatte Doris Trinkler ganz konkrete Anforderungen. Der neue Shop sollte über individuelle Gestaltungsmöglichkeiten verfügen und wesentlich einfacher zu handhaben sein – sowohl von den Mitarbeitern als auch von den Kunden. So sollten

Auftragsanlage, Rechnungserstellung, Mahnwesen, Fakturierung und Versandlogistik automatisiert und mit dem Webshop verzahnt werden. Eine statistische Auswertung, welcher Kunde welches Produkt wie oft bestellt, sollte ebenfalls möglich sein. Last but not least sollte die Möglichkeit bestehen, dass jeder Mitarbeiter von jedem Ort aus auf das komplette Webshop- und Warenwirtschaftssystem zugreifen konnte. Generell eine Lösung zu finden, die den Ansprüchen entsprach, sei nicht das Problem gewesen, sagt Trinkler. Doch die angebotenen Webshop-Systeme waren der Lush-Managerin zu komplex und zu teuer. Aus der Unternehmenszentrale in Großbritannien kam dann Anfang 2007 der entscheidende Hinweis auf den E-Commerce-Spezialisten Mauve Mailorder Software GmbH & Co. KG aus Essen. „Das Mauve M-eShop in Verbindung mit der Warenwirtschaft Mauve System3 war genau das, was uns gefehlt hat und was wir gesucht haben. Die Lösung kam gerade zum richtigen Zeitpunkt und ist inklusive Webhosting mit Kosten von weniger als 500 Euro pro Monat mit Abstand die preiswerteste Alternative“, erinnert sich die Managerin.

### Preiswerte Lösung von Mauve

Das Mauve-Webshop-System bietet der Lush-Managerin jetzt nicht nur eine Artikel- und Kundenverwaltung sowie eine Bestellabwicklung, sondern erlaubt ihr auch, eine unbegrenzte Anzahl an Produkten einzustellen und eine individuelle Einstellung von Preisaufschlägen je Zahlungsart, Mindestbestellwert und Portofreigrenzen vorzunehmen. Auf Wunsch kann sie sich die Artikelverfügbarkeit in Echtzeit anzeigen lassen. Auftragseingänge werden automatisch per E-Mail bestätigt und Bank- und Kreditkarten geprüft. Mit dem neuen Webshop kann Lush Rabatte auf einzelne Artikel oder ganze Bestellungen gewähren. Die Artikel können mehreren unterschiedlichen Warengruppen zugeordnet und mehrere Bilder und PDF-Dateien pro Artikel eingestellt werden. Zu jedem Artikel sind mehrere Beschreibungstexte für strukturierte Informationen möglich. Das Webshop-System erlaubt auch den direkten Zugriff auf alle Bestellungen sowie auf bestellte Artikel je Kunde. Selbst die Zuweisung von eigenen Bezahlmöglichkeiten für jede Kundengruppe ist jetzt möglich. Abgerundet wird das Leistungsspektrum des neuen Lush-Webshops durch die Zusatzpakete Suchmaschinenoptimierung, das SSL-Zertifikat und das Gutschein-Modul.

**Komplette Abbildung der Prozesse**

Durch die Verzahnung des Webshop-Systems mit dem Warenwirtschaftssystem Mauve System3 wurde auch das Problem der Automatisierung der Prozesse von der Auftragsannahme bis zum Versand gelöst. Bestellungen im Lush-Onlineshop werden automatisch an das Warenwirtschaftssystem weitergeleitet, wo sie die Basismodule Adressverwaltung, Fakturierung, Debitorenbuchhaltung und Lagerverwaltung durchlaufen und als fertige Aufträge zur Kommissionierung in den Lush-Shop in Zug weitergeleitet werden. Um die Versandlogistik so optimal wie möglich zu gestalten, hat Mauve eine Schnittstelle zum Print & Send-Verfahren der Schweizer Post programmiert und eingerichtet. Damit sind Mitarbeiter in der Lage, aus der Adressverwaltung heraus den Paketschein online ausfüllen und ausdrucken zu lassen. Auf dem Paketschein ist neben der Adresse eine Marke mit einem Barcode aufgedruckt, der bei der Post nach Einlieferung gelesen wird. So können die Lush-Mitarbeiter den gesamten Weg des Pakets von der Einlieferung bis zur Auslieferung beim Kunden verfolgen. Die Integration des Zusatzmoduls „MT940“ sorgt dafür, dass offene Pos-

ten automatisch ausgebucht werden, wenn die Tageskontodaten mit den eingegangenen Zahlungen online von der Hausbank eingelesen werden. Da Mauve System3 eine „Software as a Service“ (SaaS)-Lösung ist und Webshop sowie Warenwirtschaft komplett bei Mauve in Essen gehostet werden, stellt die Buchhaltung im eine Autostunde entfernten Homeoffice auch kein Problem mehr dar. „Mit dieser Lösung haben wir erreicht, dass alle online auf das gesamte System zugreifen können. Obwohl die gesamte Auftragsannahme und Buchhaltung in Silenen sitzt, habe ich in der Zentrale in Zug durch den Zugriff auf alle Daten einen kompletten Überblick über unsere Online-Geschäfte. Ich kann die offenen Posten sehen und weiß jederzeit, wie viele Bestellungen eingegangen und wie viele versendet worden sind. Rein theoretisch kann ich jetzt mit dem Laptop auch aus Johannesburg meine Geschäfte in Zug steuern“, freut sich Doris Trinkler. Darüber hinaus trägt das von Mauve installierte System auch den multilingualen Eigenheiten der Schweiz Rechnung. So ist nicht nur der Betrieb des Webshops in mehreren Sprachen möglich. Die Mehrsprachigkeit setzt sich auch in der Auftragsabwicklung fort. Das Modul „M-Multi-

language“ ermöglicht Lush die bevorzugte Landessprache des Kunden im Adressstamm zu hinterlegen, sodass erstellte Belege – ob Brief, E-Mail, Lieferschein, Rechnung oder Mahnung – in der entsprechenden Sprache ausgegeben werden. Die Anwendungsoberfläche für die Mitarbeiter bleibt in der von Lush festgelegten Basissprache.



Im Internet vertreten ist Lush bereits seit 2002. Seither ist der Internetversandhandel ein wesentliches Standbein des Vertriebs des Seifenspezialisten

**Das Ergebnis überzeugte Lush**

„Wir sind mit unserer Entscheidung sehr zufrieden. Der neue Webshop schlug wie eine Bombe ein“, resümiert Doris Trinkler. Die Lush-Community zähle mittlerweile schon über 5.000 registrierte Benutzer. Außerdem werde durch die Installation des Mauve-Webshops und des Mauve System3, die gerade einmal eine Woche gedauert hat, die Effizienz des Online-Geschäftes um mindestens 50 Prozent gesteigert. „Damit haben wir auch den Grundstein für einen weiteren Ausbau unseres Versandhandelsgeschäftes gelegt, dessen Kapazität durch die händische Abwicklung doch sehr begrenzt war.“

**„Der Aufbau des Shops hat einmalig 3.500 Euro gekostet“**

**Mauve System3 ist eine Online-Warenwirtschaft zur Abwicklung von Versandhandelsaufträgen. Worin besteht der Unterschied zu anderen ERP-Systemen?**

**Christian Mauve** Mauve System3 ist mit Enterprise-Resource-Planning-Anwendungen nicht zu vergleichen, da diese Anwendungen für den Handel eigentlich zu groß dimensioniert sind. Mauve bietet eine komplette Versandhandelslösung für den Handel mit direkter Anbindung an das Mauve-Webshop-System an, dessen USP darin liegt, dass die Kunden – im Gegensatz zu anderen ERP-Systemen – weltweit in Echtzeit über eine Internetverbindung auf ihre Daten zugreifen und ortsunabhängig arbeiten können.



Christian Mauve, Geschäftsführer Mauve Mailorder Software GmbH & Co KG

**Was bekommt der Kunde bei Buchung des Mauve System3 alles? Ist neben dem Warenwirtschaftssystem der gesamte Webshop inbegriffen?**

**Christian Mauve** Mauve System3 richtet sich vor allem an alle kleinen und mittleren Versandhändler, die bis zu 3.000 Bestellungen pro Tag abwickeln und darauf ausgerichtet sind, möglichst viele Aufträge fehlerfrei und effizient abzuwickeln, ohne in zusätzliches Personal zu investieren. Das Basismodul besteht aus Adressverwaltung mit Doubettenmaster, Fakturierung mit Mahnwesen, Artikelverwaltung, Auswertungen als Listen und Kreuztabellen, Anwenderverwaltung, Belegverwaltung, Berichtsdesigner, Dokumentenverwaltung, Anrufererkennung, Etikettendruck, E-Mail-Generator, Debitorenbuchhaltung und Lagerverwaltung.

**Und der eigentliche Webshop?**

**Christian Mauve** Der Webshop muss parallel dazu gebucht werden und kostet in der Enterprise-Version 170 Euro.

**Passt das System auf alle Anforderungen eines Webshops?**

**Christian Mauve** Ja, das System passt auf alle Anforderungen. Der Shop ist unbegrenzt einsetzbar.

**Haben Sie ein Rechenbeispiel für uns, was der Aufbau eines professionellen Shops insgesamt kostet?**

**Christian Mauve** Der Aufbau des Shops hat einmalig 3.500 Euro gekostet plus die monatliche Miete von 390 Euro.

**Um die Versandlogistik so optimal wie möglich zu gestalten, hat Mauve eine Schnittstelle zum Print & Send-Verfahren der Schweizer Post programmiert und eingerichtet. Können Kunden nach solchen individuellen Anpassungen fragen?**

**Christian Mauve** Ja, individuelle Anpassungen sind jederzeit möglich. Die Kosten werden nach Aufwand berechnet und liegen zwischen 1.000 und 3.000 Euro.

**Wie lange dauerte die Implementierung der Shoplösung im Falle Lush und wie kann sie im Fall der Fälle erweitert werden?**

**Christian Mauve** Die Implementierung hat zwei Wochen gedauert. Die Erweiterung erfolgt normalerweise über das Zubuchen von weiteren Modulen oder individuelle Programmierung.