
INHALTSVERZEICHNIS

1. DAS WARENWIRTSCHAFTSSYSTEM ALS ERFOLGSFAKTOR IM MODEHANDEL	9
1.1 Einführung	9
1.2 Das Handels-H-Modell zur Strukturierung von Handelsunternehmen	10
1.2.1 Aufbau des Handels-H-Modells	10
1.2.2 Warenwirtschaftliche Aufgaben	11
1.2.3 Betriebswirtschaftlich-administrative Aufgaben	14
1.2.4 Controlling und Unternehmensplanung	15
1.2.5 Nutzen des Handels-H-Modells bei der WWS-Auswahl	16
1.3 Warenwirtschaftssystem (WWS)	16
1.3.1 „Best-of-Breed“-Lösung	19
1.3.2 Klassische Warenwirtschaftssysteme	19
1.3.3 ERP-Systeme	20
2. AUSWAHLPROZESS FÜR WARENWIRTSCHAFTSSYSTEME UND EINFÜHRUNGSPHASE	22
2.1 Bedeutung der Auswahlentscheidung	22
2.2 Softwareauswahl als Entscheidungsproblem	23
2.3 Vorgehensmodell zur Softwareauswahl	24
2.3.1 Struktur des Vorgehensmodells	24
2.3.2 Systematisierung der Anforderungen (Schritt 1)	25
2.3.3 Vorauswahl geeigneter Systeme (Schritt 2)	30
2.3.3.1 Marktanalyse und Erstellung der Long List	30
2.3.3.2 Anforderungskatalog und Anbieteranfrage	32
2.3.3.3 Grobbewertung der Systeme und Erstellung der Short List	34
2.3.4 Erstellung Testfahrplan (Schritt 3)	34
2.3.4.1 Erstellung des Testfahrplans	34
2.3.4.2 Beispiele für Einzelfragen und Szenarien	37
2.3.5 Anbieterpräsentationen (Schritt 4)	39
2.3.5.1 Durchführung der Anbieterpräsentationen	39
2.3.5.2 Kostenabschätzungen bzw. Angebote der Anbieter	43
2.3.5.3 Prüfung Referenzen und Umfeldinformationen	44

2.3.6	Analyse und Entscheidungsempfehlung (Schritt 5)	44
2.3.6.1	Kompakte Stärken-Schwächen-Gegenüberstellung	44
2.3.6.2	Bewertung der Systempräsentationen	44
2.3.6.3	Betrachtung der Kosten	48
2.3.6.4	Erstellen der Gesamtbewertung/Auswahlempfehlung	51
2.4	Herausforderungen beim Wechsel der WWS-Lösung	52
2.4.1	Maßnahmen des Projektmanagements	54
2.4.1.1	Identifikation und Berücksichtigung der Stakeholder	54
2.4.1.2	Bildung des Projektteams	55
2.4.2	Datenübernahme	55
3.	MARKTÜBERSICHT FÜHRENDER WWS-LÖSUNGEN FÜR DIE MODEBRANCHE	59
3.1	Marktentwicklung	59
3.2	Aufbau der Marktstudie	62
3.3	Ausrichtung und technische Grundlagen der Systeme	66
3.3.1	Basisinformationen	66
3.3.1.1	Systemart und Handelsstufe	66
3.3.1.2	Systemgröße	68
3.3.1.3	Funktionsbereiche	69
3.3.1.4	Branchenfokus	70
3.3.2	Marktposition	72
3.3.3	Systemtechnik und Technologie	74
3.3.4	Bedienungsaspekte	79
3.3.5	Internationalität und Rechtliche Anforderungen	82
3.4	Grundlegende Konstrukte	84
3.4.1	Artikelstamm	84
3.4.1.1	Modell – Farbe – Größe	85
3.4.1.2	Artikel-Identifikation	86
3.4.1.3	Artikelcodes (EAN/ GTIN - UPC)	86
3.4.1.4	Artikelbeschreibung und Artikelbilder	90
3.4.2	Spezialfunktionen Artikel	91
3.4.3	Warengruppen	92
3.4.4	Farben und Größen	96

3.4.5	Saison	97
3.4.6	Preislagen	98
3.5	Beschaffungsprozess	101
3.5.1	Einkauf („Stammdaten des Beschaffungsprozesses“)	101
3.5.1.1	Lieferantenmanagement	102
3.5.1.2	Artikelmanagement	103
3.5.1.3	Konditionenverwaltung	103
3.5.1.4	Kontrakte (“Blöcke“)	105
3.5.2	Disposition	106
3.5.2.1	Limitrechnung	106
3.5.2.2	Vororder und manuelle Bestellungen	110
3.5.2.3	Nachorder und NOS	111
3.5.2.4	Bestellanmahnung und -storno	113
3.5.2.5	Bonusverwaltung und -ermittlung	113
3.5.3	Wareneingang	113
3.5.3.1	Logistik-Varianten	115
3.5.3.2	Basisfunktionen Wareneingang	116
3.5.3.3	Wareneingang mit Filialverteilung	116
3.5.3.4	Sonderfall: Wareneingang ohne Bestellung	117
3.5.4	Rechnungsprüfung	117
3.5.4.1	Rechnungsempfang	119
3.5.4.2	Rechnungskontrolle	119
3.5.4.3	Handhabung nicht akzeptierter Differenzen („Lieferantenfehler“)	120
3.5.4.4	Neubewertung des Wareneingangs	120
3.6	Lager	123
3.6.1	Bestandsbewertung	123
3.6.2	Konsignation und Concession	125
3.6.3	Lagerplatzverwaltung	126
3.6.4	Inventur	127
3.6.5	Teilwertabschlag	127
3.7	Vertriebsprozess	129
3.7.1	Marketing („Stammdaten des Vertriebsprozesses“)	129
3.7.1.1	Kundenmanagement	129

3.7.1.2	CRM-Aspekte	130
3.7.1.3	Geldwerter Vorteil	133
3.7.1.4	Provisionen und Prämien	133
3.7.2	Warenmanagement	134
3.7.2.1	Slowseller- und Bestseller-Management	134
3.7.2.2	Abschriftenmanagement	136
3.7.2.3	NOS-Management	137
3.7.2.4	Filialumlagerungen	137
3.7.3	Kassenprozesse	138
3.7.4	Verkauf/Lieferschein/Fakturierung	142
3.8	Online-Handel/eCommerce	142
3.8.1	Ausgewählte Aspekte des e-Commerce für Modehändler	143
3.8.2	eCommerce-spezifische WWS-Funktionalitäten	148
3.9	Zusatzsysteme und Schnittstellen	151
3.9.1	Datenaustausch und EDI	151
3.9.2	Finanzbuchhaltung und Fibu-Schnittstelle	155
3.9.3	Auswertungen	156
4.	WARENWIRTSCHAFTSSYSTEME IM ÜBERBLICK	160
5.	AUSBLICK	190
AUTOR		191
LITERATURÜBERSICHT		192
ABBILDUNGSVERZEICHNIS		195
TABELLENVERZEICHNIS		197
ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS		198
FUSSNOTEN		202
