



Start frei für 3D-Logistik

Dr. Thomas + Partner ist IT-Spezialist für die neue Multichannel E-Commerce-Plattform

Dr. Thomas + Partner, Karlsruhe, namhafter Spezialist für Logistik-IT, Materialflussplanung und Automatisierungstechnik mit nahezu drei Jahrzehnten branchenübergreifender Realisierungserfahrung bei international renommierten Unternehmen, erweitert Juni 2008 sein Leistungs- und Service-Portfolio um ein komplett neues Geschäftsfeld. gaxsys heißt das neue Business, bei dem es sich vom Prinzip her um ein Multichannel-Distributions-System handelt. gaxsys unterscheidet sich jedoch erheblich vom bekannten E-Commerce und Internet-Geschäft und eröffnet vielfältige und weitreichende Möglichkeiten für alle an der Prozesskette beteiligten - vom Hersteller bis zum Kunden.

Dipl.-Ing. Mathias Thomas, Geschäftsführer von Dr. Thomas + Partner und CIO von gaxsys, erläutert die Grundidee dieses Geschäftsmodells. „Mit gaxsys begeben wir uns ins Global-E-Trading, indem wir eine vom Hersteller autorisierte Händler-Börse ins Leben gerufen haben“. Diese unterscheidet sich jedoch vom herkömmlichen E-Commerce-Geschäft, bei dem der Kunde seine Bestellung direkt an den Anbieter übermittelt und direkt von diesem kauft. „Damit gehen Herstellern, die keinen eigenen Online-Shop betreiben sondern ihren Vertrieb über autorisierte Händler organisiert haben, wertvolle Umsätze verloren“.

Ganz anders bei gaxsys, denn hier ruft der Kunde die Homepage des gewünschten Brands – entweder direkt oder über www.gaxcode.com - auf, und bestellt die gewünschte Ware, beispielsweise Schuhe, Kleidung, eine Espressomaschine, ein Sportgerät. „Allerdings bestellt der Kunde in diesem Augenblick nicht direkt“ wie M. Thomas erläutert, „sondern er landet mit der Bestellung automatisch auf der gaxsys-Plattform und damit an der Händlerbörse“. Dort sind alle Händler angeschlossen, die registriert und damit autorisiert sind, an dieser Börse teilzunehmen, und die natürlich das gewünschte Produkt führen.

Händler können sich jederzeit über Kaufwünsche der Kunden informieren

Der Händler kann von seinem Ladengeschäft aus zu jedem Zeitpunkt per Internet auf diese Börse zugreifen und sieht sofort, welche der angeforderten Waren sein Artikelangebot betreffen. Er „blockiert“ dann sofort den betreffenden Artikel, und der Kunde erhält umgehend eine Information, von welchem Händler er seinen geordneten Artikel zugesandt erhält. Somit hat der Händler in diesem Augenblick das betreffende Geschäft gemacht, er erhält die Adresse des Kunden, verpackt das Produkt mit speziellem und einheitlich gestaltetem Verpackungsmaterial,



das er gestellt bekommt, und versendet das Paket automatisch über einen Transport-Dienstleister. Der Kunde bezahlt, wie bei sonstigem E-Geschäften auch üblich, online.

Sollte dem Kunden der bestellte Artikel, nicht passen oder nicht gefallen, kann er den Artikel natürlich zurücksenden. „Auch dies wird über gaxsys abgewickelt“, so M. Thomas. Die Retourenabwicklung leitet der Kunde selbst über das Internet ein, die Ware wird beim Kunden abgeholt und an den Händler zurückgesandt.

Vier wesentliche Vorteile für Hersteller, Händler und Kunden

Prof. Dr.-Ing. Frank Thomas, Gründer von Dr. Thomas + Partner und an der Softwareentwicklung für diesen neuen Geschäftszweig maßgeblich beteiligt, nennt die vier wesentlichen Vorteile von gaxsys:

Erstens ermöglicht jeder der Markenhersteller, die ihren Vertrieb über Händler organisiert haben, ihren Händlern neben dem standortgebundenen Geschäft das zusätzliche Business über das Internet.

Zweitens kann das System, das die Kundenwünsche registriert, sozusagen einen „Regionalfilter“ aktivieren. Das heißt, die Software erfasst schwerpunktmäßig Händler aus dem Bezirk und der Region, aus welcher der Kunde den Artikel ordert. „Somit wird der jeweils lokale Handel fair in den Geschäftsprozess integriert“, wie F. Thomas erläutert.

Neu Dimension der Warenverfügbarkeit

Der dritte Vorteil kommt den Kunden direkt zugute. Möchte dieser einen Artikel ordern, dieser aber ist beim Händler vor Ort nicht verfügbar, so kommt der Kauf dennoch zustande, weil die Ware bei einem Fachhändler an einem anderen Ort erworben werden kann. Dies verleiht der Warenverfügbarkeit eine neue Dimension.

Ein vierter Vorteil wird schwerpunktmäßig für die Hersteller generiert: Erweist sich die Nachfrage des Kunden nach einem bestimmten Produkt als nicht erfüllbar, einfach weil der betreffende Artikel bei keinem der Händler verfügbar ist, dann kommt automatisch der Hersteller selbst zum Zuge und wickelt das Geschäft ab, das ansonsten verloren gewesen wäre.

„Der Hersteller kann dann diese Transaktion tätigen, ohne seine Partner verprellt zu haben“, so F. Thomas; „denn das Geschäft wird ja mit gaxsys wie bei einer Börse den angeschlossenen Teilnehmer angeboten; wenn sich keiner meldet, wird es unter Einhaltung einer Reihe von Regularien wieder zu dem transferiert, der das Geschäft erfüllen kann. Damit sind wir auch in einer neuartigen Struktur von Handelsbeziehungen“.



„gaxcode“ als Produkt-Navigator und Deep-Link-Finder

Der zweite zentrale Baustein der neuen E-Commerce-Plattform ist der gaxcode, der zusammen mit dem betreffenden Produkt in den Medien präsentiert wird. Beim gaxcode handelt es sich, wie Mathias Thomas erläutert, um einen Produkt-Navigator und einen Deep-Link-Finder. Er erläutert dies an einem Beispiel. Wenn eine Kunde beispielsweise einen bestimmten Anzug in einer Printwerbung sieht, so gibt er nun auf www.gaxcode.com den mit dem Artikel verbundenen gaxcode ein, und wird per Deep-Link direkt zum Label und zum Produkt selbst geführt.

Der gaxcode ist weder an bestimmte Hersteller noch an bestimmte Produkte gebunden: Jeder, der sich vermarkten will, kann den gaxcode kaufen, und zwar direkt bei gaxsys.

Umfassende neue Marketing-Potenziale

Hier ergeben sich immense Möglichkeiten für das Marketing und die gesamten Geschäftsaktivitäten, denn jeder, der einen gaxcode einsetzt, kann sofort messen, wie häufig die betreffende Internetseite aufgerufen wurde und erhält per Reporting wertvolle Zusatzinformationen. So ergeben sich mit gaxsys und gaxcode direkte und messbare Response- und Abverkaufsmöglichkeiten. Budgets können mit diesen Tools leistungsorientiert gemessen und optimiert werden, Nachfragen nach Produkten können mengenmäßig und geografisch exakt erfasst werden, und es entgeht vor allem kein Geschäft mehr.

Wer steht nun hinter dieser höchst innovativen Geschäftsidee? Die Gründer der Gaxsys Holding AG, Josef Nothegger und Johannes Siferlinger verfügen gemeinsam über mehr als 30 Jahre Erfahrung im Handel und in der Industrie des Sport-, Fashion- und Lifestyle-Segments. Unterstützt werden sie unter anderem von Dr. Thomas + Partner für die kritischen Bereiche IT/Operations und Logistik.

Eigenes Programmpaket „get“ und neuer Geschäftsbereich für Gaxsys

Dr. Thomas + Partner ist für die komplette Software und die dazugehörige IT-Infrastruktur inklusive der Datenbanken zuständig. Wie Frank Thomas ausführt, werden die Programme unter dem Namen „get“ entwickelt, das Kürzel steht für „Global E-Trading“. Doch zu den Aufgaben der Karlsruher Experten, die mit gaxsys einen neuen, eigenständigen Geschäftsbereich starten, zählen nicht nur die Informations-Technologie und die gesamte Vernetzung, sondern auch die konkrete Umsetzung der Prozesse für die händlerbezogenen Aktivitäten, da es sich um ein ebenso dichtes wie dynamisches und permanent wachsendes Netzwerk von Aktivitäten handelt. Thomas: „Wir generieren unter anderem sehr viele und vor allem nicht exakt strukturierbare, weil nicht statische Beziehungen; denn wir wissen beispielsweise noch nicht, welcher Händler wann, wo und wie viele Aufträge gewinnt, und welche Kundenaufträge er erfüllen darf. Wir



leisten die komplette Datenbankabwicklung und haben in unserem Netzwerk den Provider, der die gesamten Internetverbindungen zur Verfügung stellt.

Go-Live-Termin für Gaxsys ist Juni 2008

Wie Professor Dr. Frank Thomas erläutert, sind alle prozessrelevanten Daten, unter anderem die Sachnummern und die Hersteller-spezifischen Artikelnummer, bereits in der Datenbank, und alle operationalen Prozesse vom Kundenwunsch bis zum Versenden des Pakets, bis zur Debitoren- und Kreditorenbuchhaltung sind operabel.

Die hinter dieser Fülle von Prozessen und Verbindungen stehende „mächtige IT“, die Logistiksoftware, Middleware und die Materialflussteuerung von Dr. Thomas + Partner, wird nach Offline-Tests im Mai mit Pilotanwendungen und Erprobungen dem Livebetrieb unterzogen.

Der große Start für gaxsys ist Juni 2008. Dabei geht es allen Beteiligten und namentlich Dr. Thomas + Partner keineswegs darum, mit einem Massenaufgebot an Herstellern und Händlern zu starten. Dafür ist die neue E-Trade-Plattform zu komplex und dynamisch und daher trotz penibelster Vorbereitungen nicht in letzter Konsequenz mit all ihren Implikationen hundertprozentig exakt vorauszuberechnen: Thomas: „Wir werden mit bis zu fünf Herstellern starten, um das ganze in der Anfangsphase überschaubar zu halten, zumal es sich um Multichannel-Prozesse mit unzähligen Variationsmöglichkeiten handelt“.

Universelles Marketinginstrument

Daher geht es darum, in der ersten Praxisphase die Startbedingungen zu definieren und den gesamten Komplex stabil zu halten“. Bereits für die zweite Jahreshälfte rechnen die Verantwortlichen mit Zuwachs.

Bereits 2009 soll gaxsys europaweit eingesetzt werden können, nachdem Länderspezifika generiert und aktiviert wurden. Schließlich heißt auch die entsprechend IT von Dr. Thomas + Partner „get“, und das G steht nun mal für „global“.

Derzeit sind alle gespannt und die Verantwortlichen sind sich einig: Dieses Projekt hat einen sehr anspruchsvollen Charakter, es ist nach oben komplett offen. Denn bei gaxsys handelt es sich nicht nur um eine neuartige E-Commerce-Plattform, sondern um ein universelles Marketing-Instrument.

Das immer besser klingen wird - um im Wortbild zu bleiben – je meisterhafter die Nutzer damit zu spielen lernen.

Reinhard Irrgang (freier Journalist) und Mathias Thomas (Dr. Thomas + Partner)