



„Wir haben gezielt nach einem Geschäftsprozess gesucht, der die Vorteile von Web-Services am besten zur Geltung bringt.“

Jens Hittmeyer, Bereichsleiter Information Services, MAXDATA

AUF EINEN BLICK

Zusammenfassung

MAXDATA bindet über Web-Services die Handels- und Distributionspartner an die Vertriebs- und Serviceprozesse des Unternehmens an und legt so die Grundlage für eine Enterprise Service-Oriented Architecture.

Internetadresse

www.maxdata.de

Die wichtigsten Herausforderungen

- Anbindung der Onlineshops der Partner
- Abwicklung von Garantie- und Reparaturleistungen
- Integration der Datenbestände

Projektziele

- Aufbau einer IT-Infrastruktur zur Anbindung der Handelspartner über Web-Services
- Abbau von manuellen Arbeitsschritten und Medienbrüchen
- Durchgängige Erfassung von Garantieleistungen
- Aktuelle MAXDATA-Produktkataloge auf den Partnerwebseiten

Lösungen und Services

- mySAP™ ERP
- mySAP Customer Relationship Management (mySAP CRM)
- SAP NetWeaver®

Entscheidung für SAP

- Flexibilität der SAP-Lösungen
- Einfache Integration von Drittanwendungen mit SAP NetWeaver Exchange Infrastructure
- Schnelle Realisierbarkeit von Web-Services
- Umfassende Auswertungsmöglichkeiten

Highlights der Implementierung

- Geringer unternehmensindividueller Anpassungsaufwand
- Schnelle Umsetzung innerhalb von zwei Wochen
- Komplette Datenintegration

Hauptnutzen für den Kunden

- Transparenz über alle Bestellvorgänge
- Erleichterte Wartungs- und Garantieleistungen
- Entlastung des Vertriebs
- Einheitlicher technischer Standard
- Cross-Selling-Potenzial auf Basis der erhobenen Kundendatensätze
- Geschwindigkeitsszuwachs

Integration von Nicht-SAP-Produkten

- MEDIANDO, e-pro solutions
- Documentum eRoom, EMC²

MAXDATA AG

Fachhandelspartner über flexible Web-Services angebunden: MAXDATA legt mit SAP NetWeaver® den Grundstein für die Enterprise Service-Oriented Architecture.

Im Marktumfeld der Giganten IBM, Hewlett-Packard oder Dell behaupten sich kleinere Computerhersteller in der Regel durch ausgefeilte Geschäftsmodelle. Da die Margen in dieser Branche sehr niedrig sind und ständig unter Druck stehen, müssen regionale Anbieter auf ihre Flexibilität setzen, um erfolgreich zu sein. Diese Anpassungsfähigkeit an sich stetig ändernde Marktbedingungen ist die Erfolgsstrategie, mit der es der PC-Hersteller MAXDATA aus dem westfälischen Marl in die Top Ten der europäischen PC-Produzenten geschafft hat. 1987 gegründet, ist der börsennotierte Konzern gegenwärtig in neun europäischen Ländern tätig. Neben dem Heimatmarkt Deutschland zählen hierzu Österreich und die Schweiz, die Niederlande, Großbritannien, Frankreich sowie Spanien, Italien und Polen. Darüber hinaus bietet das Unternehmen seine Produkte in vielen weiteren europäischen Ländern über Distributionspartner an. 2006 setzte MAXDATA mit seinen 900 Mitarbeitern nahezu 600 Millionen Euro um.

Computer nach Maß fertigen

Zur Zielgruppe zählen in erster Linie Geschäftskunden aus dem Umfeld kleinerer mittelständischer Unternehmen sowie Selbständige: Rechtsanwälte, Ärzte oder auch Agenturen. Aber auch der Deutsche Bundestag und die Deutsche Telekom, die Fernsehsender WDR und RTL sowie die Barmer Ersatzkasse, die Provinzial-Versicherungen und die Meyer Werft in Papenburg vertrauen auf MAXDATA-Produkte. Für deren Attraktivität spielt das Konzept der Build-to-Order-Fertigung (= BTO-Fertigung) eine wichtige Rolle. Das Verfahren erlaubt die exakt auf individuelle Bedürfnisse ausgelegte Konfiguration von IT-Systemen

zu Standardkosten. Am Fertigungsstandort in Würselen am Niederrhein entstehen so jährlich 500.000 Notebooks, PCs und Server. Das MAXDATA-Angebot runden Monitore der Marke Belinea ab, von denen das Unternehmen in Asien jährlich rund 1,45 Millionen Stück produzieren lässt. Den Vertrieb übernehmen europaweit rund 10.000 ausgesuchte Fachhandelspartner, darunter Systemhäuser wie Bechtle oder ADA und Distributoren wie Techdata oder Actebis.

„Das flexible BTO-Prinzip bringt uns näher an den Kunden. Außerdem adressieren wir eine bestimmte Zielgruppe, die beim Kauf Wert auf ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis legt, bei dem auch der Service stimmt“, erklärt Jens Hittmeyer, Bereichsleiter Information Services bei MAXDATA. Ein Konzept, das besonders kleinere Gewerbetreibende überzeugt, weshalb MAXDATA in Umfragen regelmäßig sehr gut abschneidet. „Unser Wettbewerbsvorteil heißt Flexibilität. Wir gehen gezielt auf Kundenanforderungen ein, sei es den Wunsch nach einer speziellen Rechnerkonfiguration, nach einer bestimmten länderspezifischen Tastatur oder auch den nach einer individuellen Frontblende mit Firmenlogo“, so Hittmeyer.

Web-Services schnell erstellen

Um diesen Wettbewerbsvorteil gegenüber den großen PC-Herstellern zu sichern, setzte sich MAXDATA intensiv mit den betroffenen Prozessen im Unternehmen auseinander. „Bei MAXDATA sehen wir die IT als Treiber von innovativen Geschäftsprozessen. Und SAP gibt uns mit SAP NetWeaver® das richtige Werkzeug an die Hand“, beschreibt Hittmeyer die Rolle der Informationstechnologie. „Wir haben uns mit der Enterprise Service-Oriented Architecture und Web-Services beschäftigt und dann gezielt nach einem Prozess gesucht, der die Vorteile dieses Konzepts am besten zur Geltung bringt.“ Entscheidender Punkt: Die Web-Services sollten schnell umzusetzen sein und gleichzeitig Prozesse automatisieren. Daher entschied sich MAXDATA zunächst für die Optimierung Ihrer Vertriebs- und Serviceprozesse.

Onlineshops von Hand aktualisiert

Im Gegensatz zu großen Hardwareanbietern konzentriert sich MAXDATA ausschließlich auf den Vertrieb von Rechnersystemen oder Monitoren. Der Verkauf, die Installation, der Service und die Wartung liegen komplett in den Händen der Handelspartner, die sich entsprechend qualifizieren müssen. Selbst der (öffentliche) Onlineshop auf der MAXDATA-Website leitet Bestellungen

„Die Anbindung der Partner-Onlineshops haben wir in nur zwei Wochen bewältigt.“

Jens Hittmeyer, Bereichsleiter Information Services, MAXDATA

direkt an die entsprechenden Systempartner weiter. Und wer zum Beispiel den Gang ins Ladengeschäft scheut, kann auf den Webseiten des Fachhandels Notebooks, PCs oder Server direkt ordern. Einziger Knackpunkt bisher: Weder waren die Informationen in den Webshops aktuell noch erfuhren die Kunden zeitnah, ob und wann ein Produkt überhaupt lieferbar ist.

„In der Vergangenheit haben wir diese Shops per E-Mail oder FTP-Download mit möglichst aktuellen Daten beliefert. Unsere Fachhandelspartner mussten dann die Updates von Hand in ihre Shops einpflegen. Vor allem die sich schnell verändernden Hardwarepreise waren ein Problem“, erläutert Hittmeyer die Nachteile der alten Abläufe. Die Aufträge in diesen Marktplätzen wurden außerdem bisher von den Partnern gesammelt und gingen per E-Mail, Fax oder Telefon an MAXDATA. Erst dann konnte geprüft werden, ob die bestellten Rechner überhaupt lieferbar sind, und der Kunde erhielt eine Auftragsbestätigung.

Fachhandel direkt angeschlossen

Um den Handel in Echtzeit mit Informationen und Preisen zu versorgen, hat MAXDATA per Web-Service auf Basis von SAP NetWeaver die Produktdatenbank seiner SAP®-Landschaft an die Onlineshops der Fachhandelspartner angebunden. Die Daten werden dabei mithilfe der Lösung MEDIANDO von e-pro solutions in einem Katalog bereitgestellt, in dem zu jedem Produkt technische Daten, Konfigurationen und Bilder hinterlegt sind. Über diese Anbindung stehen in den Onlinemarktplätzen der Partner nun tagesaktuelle technische Daten zu den MAXDATA-Produkten zur Verfügung.

Ein zweiter Web-Service ermöglicht anschließend die elektronische Annahme der Bestellungen. Händler sind jetzt in der Lage, den Katalogdownload, die Onlinepreisabfrage, die Auftragsanlage und -liste sowie eine Statusverfolgung komplett online abzuwickeln. Die jeweiligen Rabatte der Händler sind dabei individuell hinterlegt. Die MAXDATA-Partner Synaxon und ComputerCompass wurden auf diesem Weg bereits angebunden. Als nächsten Schritt plant MAXDATA die Anbindung weiterer Partner im europäischen Ausland. Pilotprojekte in Großbritannien und Österreich werden derzeit konzipiert. „Wir wollen das Konzept auf alle unsere Fachhandelspartner übertragen“, umreißt Hittmeyer die Zukunftspläne des Unternehmens. Durch den Verzicht auf manuelle Arbeitsschritte wird der Vertrieb bei MAXDATA stark entlastet – und kann sich dadurch auf Kernaufgaben wie die Akquise von Neukunden konzentrieren.

Schnelle Umsetzung gefragt

„Wir sind besonders an der schnellen Umsetzung von IT-Projekten interessiert. Dank der Flexibilität von SAP NetWeaver konnten wir die Partnershops innerhalb von zwei Wochen per Web-Services an unsere bestehende SAP-Landschaft anbinden. Außerdem haben wir einen Riesenschritt in Richtung Preistransparenz getan. Früher mussten die Partner ihre Konditionen regelmäßig per Telefon abfragen“, erläutert Hittmeyer die Durchgängigkeit der Prozesse.

Garantieansprüche direkt abwickeln

Für die Zukunft sieht MAXDATA die Anbindung der großen Systempartner vor, die neben dem Vertrieb auch die Wartung übernehmen und Reparaturen abwickeln. Bisher schickten die Partner ein Fax mit der Vorgangs- und Teilenummer an MAXDATA. Dort wurden diese Daten gesammelt und an die Lieferanten oder Hersteller der defekten Teile weitergeleitet, um beispielsweise Garantieansprüche geltend zu machen. In Zukunft sollen Details zu getauschten Teilen einmal pro Tag über einen Web-Service an die SAP-Landschaft von MAXDATA übermittelt werden. MAXDATA legt dann direkt eine Buchung an und wickelt so Garantieleistungen mit den Lieferanten ab. Pilotanwender ist hier der Systempartner ComputaCenter.

„Wichtig ist uns neben der Durchgängigkeit vor allem die Reaktionszeit, um beispielsweise auf den Defekt eines Servers schnell reagieren zu können. Die Ausfallzeit darf hier vertraglich abgesichert nicht über vier Stunden liegen. Ohne ein schnelles Serviceticket, das über eine Web-Service-Lösung schnell übermittelt wird, lassen sich diese Supportleistungen gar nicht garantieren“, erläutert Hittmeyer.

Cross-Selling-Potenzial erschließen

Die direkte Anbindung der Partner beschleunigt jedoch nicht nur die Prozesse. Gleichzeitig ergeben sich neue Umsatzmöglichkeiten. Denn die Distributoren und Fachhandelspartner stellen MAXDATA ihre Kunden- und Verkaufsdaten zur Verfügung. Um diese auszuwerten und für Marketingkampagnen nutzen zu können, werden die erhobenen Daten mit den bestehenden Kundendaten verknüpft. Für diese Aufgabe arbeitet MAXDATA

„Die Verknüpfung aller Daten verschafft uns umfangreiches Cross-Selling-Potenzial und damit die Chance auf Umsatzwachstum.“

Jens Hittmeyer, Bereichsleiter Information Services, MAXDATA

mit einem externen Dienstleister zusammen. Dieser greift über einen Web-Service auf die MAXDATA-eigenen Stammdaten zu und pflegt „vor Ort“ die von den Distributoren erhobenen Kunden- und Verkaufsdaten ein. Falls zu einem Kunden noch kein Stammsatz vorhanden ist, kann der externe Dienstleister diesen ebenfalls anlegen.

Sobald die Daten abgeglichen sind, fließen diese in SAP NetWeaver Business Intelligence ein und stehen somit für Auswertungen zur Verfügung. Der Vorteil: Durch die jetzt mögliche Analyse des Kaufverhaltens lässt sich feststellen, ob ein Kunde beispielsweise bislang nur PCs, aber noch keine Monitore von MAXDATA gekauft hat. Dieses Cross-Selling-Potenzial kann der Vertrieb nutzen.

**SAP Deutschland
AG & Co. KG**

Neurottstraße 15a

69190 Walldorf

T 08 00/5 34 34 24*

F 08 00/5 34 34 20*

* gebührenfrei in Deutschland

T +49/18 05/34 34 24**

F +49/18 05/34 34 20**

** gebührenpflichtig

E info.germany@sap.comwww.sap.de/plattform

Kostenloser Online Newsletter

www.sap.de/sapimfokus**Unternehmenszahlen schneller auswerten**

Auch das Management von MAXDATA profitiert in Zukunft von der Plattform SAP NetWeaver. Über ein Management-Cockpit auf Basis von SAP NetWeaver Portal und SAP NetWeaver Business Intelligence kann die Geschäftsführung wichtige Unternehmenskennzahlen und Verkaufsdaten verfolgen.

Netzwerke mit Web-Services knüpfen

„Abschließend kann ich sagen, dass Web-Services ein ideales Werkzeug zur Partnerintegration darstellen. Denn in der Regel profitieren beide Seiten von dieser Technologie“, ist CIO Hittmeyer überzeugt. MAXDATA setzt auch in Zukunft seinen Weg in eine Enterprise Service-Oriented Architecture fort und steigert so seine Innovationskraft. Das Unternehmen möchte seine Plattformstrategie auch in anderen Bereichen weiter ausbauen, um neue Geschäftsprozesse schneller umzusetzen und zu integrieren. So zum Beispiel sollen bald auch EDI-Prozesse mit Lieferanten wie Intel und Systempartner mithilfe von SAP NetWeaver Exchange Infrastructure integriert werden.