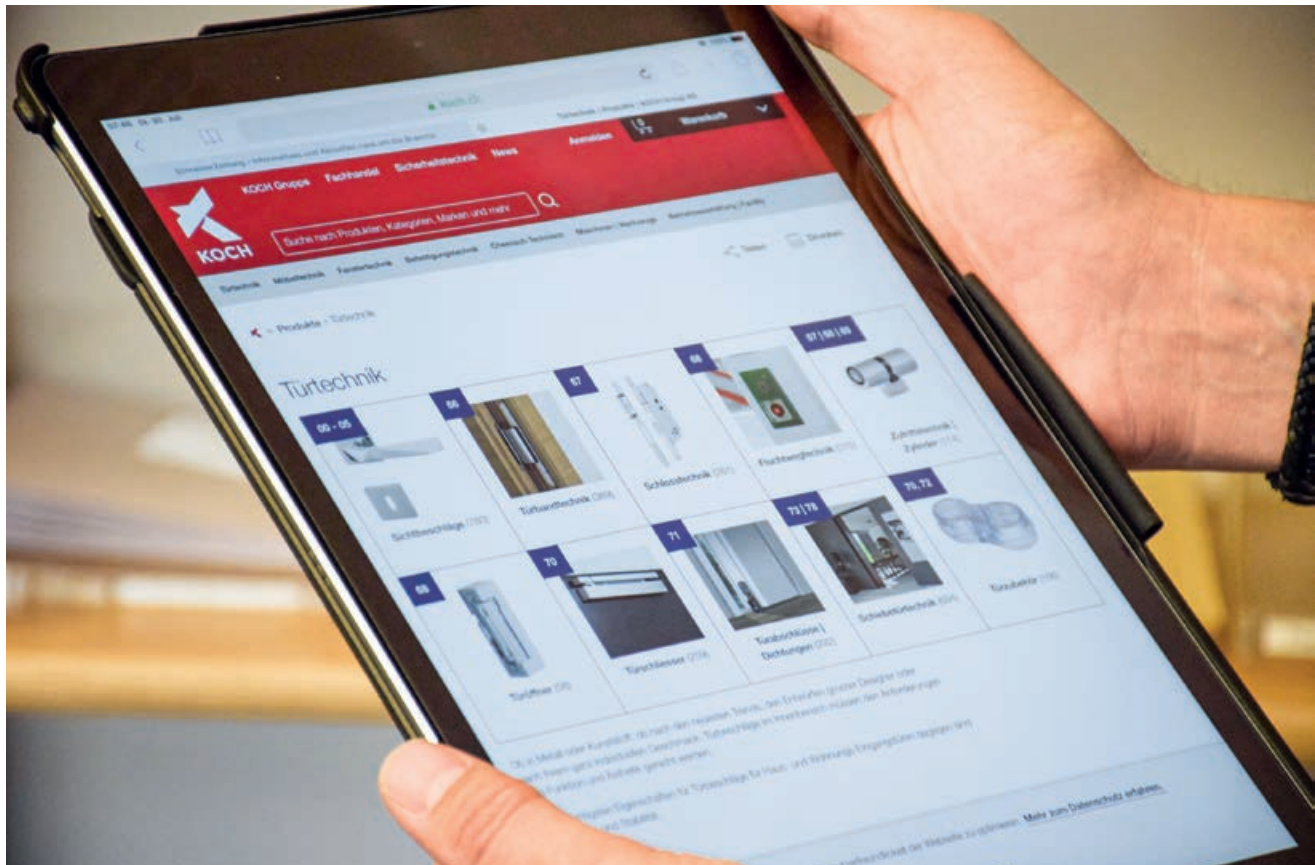


ONLINESHOPS. Der Materialeinkauf im Internet ist für viele Schreiner Alltag. Onlineshops bieten verschiedene Möglichkeiten, den Einkauf noch effizienter zu gestalten und bessere Konditionen zu erhalten. Dafür muss man die Tools kennen und vor allem anwenden.

Bestellen per Klick



Onlineshops entwickeln sich immer mehr zu umfassenden Plattformen.

Bild: Philipp Heidelberger

Das Online-Geschäft brummt. Es gibt mittlerweile kaum noch Produkte, die der Schreiner nicht auf digitalem Weg bestellen kann. Entsprechend buhlen Händler von Beschlägen, Werkstoffen, Werkzeugen und Maschinen mit ihren Onlineshops um die Gunst des Schreiners. Für diesen ist die Entwicklung erst einmal positiv: Ihm steht eine enorme Auswahl an Produkten zur Verfügung, die jederzeit abgerufen und bestellt werden können. Zudem lassen sich so die Preise schnell und verhältnismässig einfach vergleichen.

Jede Bestellung kostet

Die hohe Verfügbarkeit kann aber auch dazu verleiten, schnell noch etwas nachzubestellen. Immerhin legen die Händler in der Regel eine hohe Lieferbereitschaft an den Tag, und die Bestellung trifft meistens

am nächsten Tag ein. Urs Scherrer von der Tre Innova AG aus Hünenberg ZG ist Referent im Seminar «Einkauf optimieren» der Höheren Fachschule Bürgenstock. Er sagt, man müsse sich immer bewusst sein, was eine Bestellung im eigenen Betrieb auslöst. «Berechnungen haben ergeben, dass jede Bestellung betriebsintern Kosten von 25 Franken und mehr verursacht», sagt Scherrer. Offensichtlich ist, dass jemand die Lieferung entgegennehmen, auspacken, kontrollieren und verteilen oder einlagern muss. Oft vergessen geht aber, dass die Bestellung danach auch noch in der Avor und Buchhaltung Aufwände verursacht.

Eine gewisse Disziplin beim Bestellen sowie das Zusammenfassen zu Sammelbestellungen sind also im Online-Zeitalter mit einer Verfügbarkeit rund um die Uhr nach wie vor angebracht.

Zugänge und Prozesse regeln

Onlineshops bieten aber inzwischen verschiedene Möglichkeiten, den Bestellprozess zu optimieren. Eine der wichtigsten Funktionen ist die Benutzerverwaltung: Moderne Plattformen erlauben, mehrere Benutzerkonten für ein Unternehmen anzulegen und die Berechtigungen individuell anzupassen. Im Idealfall wird für jede Person, die Zugriff auf das System haben soll, ein eigener Zugang eingerichtet. Dies ermöglicht eine bessere Übersicht, und im Fall eines Stellenwechsels kann der Benutzer einfach deaktiviert werden.

Markus Meier ist bei der Gawo Gasser AG im luzernischen Wolhusen für den Materialeinkauf im Fensterbereich zuständig. Er hat das Seminar auf dem Bürgenstock besucht und erklärt: «Bei uns haben alle Projektleiter einen eigenen Zugriff auf den

Onlineshop. Die Bestellung auslösen können aber nur ich und mein Stellvertreter, damit es keine Doppelspurigkeiten gibt.»

Ebenfalls wichtig für ihn sind Funktionen wie ein Bestellarchiv, das Erfassen von Listen oder die Übersicht über den Lieferstatus. Solche Dinge gehören inzwischen zum Standard in einem modernen Onlineshop. Ebenfalls interessant sind Funktionen zum Erstellen von Etiketten mit Bar- oder QR-Code für das Lager. Muss etwas nachbestellt werden, kann der Mitarbeiter einfach den Code einscannen, und der Zuständige erhält im Onlineshop eine Meldung. Mittlerweile sind dafür nicht mehr zwingend spezielle Scanner nötig. «Diese sind relativ teuer und umständlich in der Handhabung», sagt Andreas Valadi, Leiter Marketing der Koch Gruppe. Deshalb gibt es von Koch und anderen Händlern eine App, mit der man sich im jeweiligen Shop einloggen und dann die Codes einfach mit dem Smartphone oder Tablet scannen kann. «Heute hat ja sowieso fast jeder ein Smartphone, da kann man sich die Scanner sparen», sagt Valadi.

Online-Tools nutzen

Entscheidend ist, dass man diese Tools kennt und richtig einsetzt, denn mit ihnen lässt sich nicht nur der Bestellvorgang vereinfachen und beschleunigen. Die dadurch gewonnenen Daten kann man zum Beispiel direkt für die Kontrolle der Lagerbestände, Jahresbilanzen und Preisgespräche verwenden. Somit kann der Schreiner zusammen mit dem Lieferanten eine Jahresabnahmemenge bestimmen, wodurch beide Seiten Planungssicherheit bezüglich Preis und Menge erhalten.

Bei der Koch Gruppe ist beispielsweise bereits eine Saldoanzeige als zusätzliche Funktion geplant. Dort hat man dann sämtliche

Apps ermöglichen das Scannen von Codes und das Bestellen mit mobilen Geräten.



Bild: Philipp Heidelberger

finanziellen Aspekte immer im Blick. Urs Scherrer rät aber, auch bei guten Lieferanten und trotz vereinbarter Jahresmenge regelmäßig die Preise zu prüfen. «Teilweise liegen zusätzliche Objekt rabatte oder bei grossen Bestellungen noch bessere Konditionen drin.» Ebenfalls gehört das Dokumentieren von Fehlermeldungen oder falschen Lieferungen dazu.

Konkurrenz im In- und Ausland

Die Schweizer Anbieter müssen ohnehin am Ball bleiben. Wie zuvor erwähnt, hat der Online-Handel die Preissensibilität weiter verstärkt. Die hiesigen Anbieter konkurrieren nun nicht mehr nur landesweit, sondern auch international. Momentan lohnt es sich zwar für den Handwerker meistens noch nicht, im Business-to-Business-Geschäft (B2B) im Ausland zu bestellen. Die Kosten für Zoll und Mehrwertsteuer schmälern den Preisvorteil oft stark. Und Grosskunden haben ohnehin meistens direkte Lieferverträge mit dem jeweiligen Hersteller.

Online-Riesen wie Amazon oder der britische Anbieter für Elektrogeräte AO schweben aber nach wie vor wie ein Damoklesschwert über dem Schweizer Online-Geschäft. Auch inländische Händler wie die zur Migros gehörende Digitec Galaxus AG haben vermehrt Hand- und Elektrowerkzeuge für Profis im Angebot, die man bisher nur in Handwerker-Shops fand. Obwohl es auch bei Digitec Galaxus einen B2B-Bereich gibt, sind diese Angebote für den Schreiner aber zu wenig interessant, noch richten sie sich eher an den Endkunden.

Plattformen für Küchen

Anders sieht es bei den Küchengeräten aus, welche der Schreiner als Handelsware den Kunden verkauft. Plattformen, wie zum Beispiel der zur Coop Gruppe gehörende Netto-shop, haben eine enorme Auswahl von Geräten zu konkurrenzfähigen Preisen. Für den gewöhnlichen Küchenbauer kann dies zur Herausforderung werden, wenn er über den klassischen Vertriebskanal des Herstellers weniger gute Konditionen erhält. Gemäss Dominik Brunner, Leiter Digital bei der Element Küchen AG, tritt diese Problematik immer öfters auf: «Der Kunde ist sehr gut informiert, kennt die Preise aus dem Internet und hat eine genaue Vorstellung, welches Gerät von welcher Marke er

Etikettenliste bearbeiten

Beschreibung: Fensterahmschrauben Etiketten Sprache Deutsch

Artikel hinzufügen: mit KOCH-, Hersteller- oder Ihrer Artikel-Nr.:

Bild	Menge	KOCH-Nr.	Artikel	Freitext	Funktion
	1	93.168.210	Koch Fensterahmschraube ZK 7,5/102 T30 blau verzinkt		
	1	93.168.211	Koch Fensterahmschraube ZK 7,5/112 T30 blau verzinkt		
	1	93.168.212	Koch Fensterahmschraube ZK 7,5/122 T30 blau verzinkt		
	1	93.168.213	Koch Fensterahmschraube ZK 7,5/132 T30 blau verzinkt		

[Etiketten als PDF herunterladen](#)

Bild: Screenshot

Die Etiketten dafür kann man direkt im Shop erstellen und verwalten.

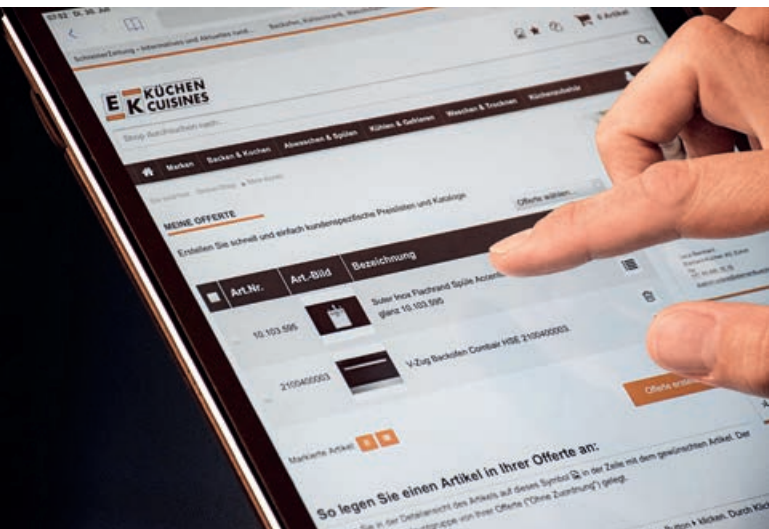


Bild: Philipp Heidelberger

Der Profishop von Element Küchen bietet einen Rundumservice für Küchen-Bauteile.

wünscht. Der Küchenbauer hat aber vielleicht genau bei dieser Marke nicht sehr gute Konditionen, weil er normalerweise Geräte eines anderen Herstellers verbaut.» Solche Situationen können dann darüber entscheiden, ob der Küchenbauer den Auftrag erhält, oder nicht. In dieser Situation hat er oft nur zwei Möglichkeiten: Den Kunden von seiner Hausmarke zu überzeugen oder das gewünschte Gerät irgendwo möglichst günstig auftreiben. Beides ist aber mit gewissen Risiken und vor allem viel Aufwand verbunden.

Deshalb hat man bei EK Küchen den Profishop entwickelt. Die digitale Plattform erlaubt es dem Schreiner, Küchengeräte, Armaturen, Abdeckungen, Becken und Zubehör zahlreicher Hersteller über EK Küchen zu bestellen. Dadurch erhöht sich das Bestellvolumen, und der Schreiner profitiert von besseren Konditionen.

Wettbewerbsfähig bleiben

Ebenso wichtig ist aber der ganze Service: Man muss nicht mehr bei jedem Hersteller einzelne Offerten einholen und verhandeln. Der Schreiner sieht sofort Verfügbarkeit sowie Preis, und er kann die verschiedenen Produkte direkt vergleichen.

Damit eignet sich der Shop auch als Tool für das Verkaufsgespräch. Ebenfalls abrufbar sind Produktdaten und Zeichnungen. Auch in der Buchhaltung verringert sich der Aufwand, weil es nur noch eine Rechnung gibt. Und bei Problemen oder Fragen gibt es einen Ansprechpartner in der Schweiz. Auch einmalige, exotische Wünsche lassen sich so mit vertretbarem administrativem Aufwand realisieren.

Zu Beginn seien einige Hersteller gegenüber diesem Konzept skeptisch gewesen, sagt Dominik Brunner. «Den Kunden interessiert es am Ende aber nicht, über welchen Kanal das Gerät bestellt wurde. Wichtig ist uns, dass der lokale Schreiner wettbewerbsfähig bleibt und wir vor lauter Konkurrenzkampf in der Schweiz nicht ausser Acht lassen, was um uns herum passiert.»

Produktdaten und Zusammenarbeit

Mit der Bim-Thematik steht bereits die nächste Herausforderung vor der Tür. Obwohl

in diesem Bereich noch vieles am Anfang steht, müssen die Shop-Betreiber jetzt schon verschiedene Hürden überwinden: «Im Moment sind manche Hersteller immer noch sehr zurückhaltend, was die Herausgabe von detaillierten Produktdaten angeht», sagt Andreas Valadi. Die Sorge der Hersteller ist offenbar nach wie vor, dass sie befürchten, ihre Produkte könnten auf diesem Weg einfacher kopiert werden. Über kurz oder lang muss der Schreiner aber auf diese Daten zugreifen können. Denn die Bauherrschaften beziehen die Bim-Fähigkeit immer öfters auch in die Ausschreibungen mit ein.

Somit wird in Zukunft wohl auch der Schreiner noch näher mit seinen Lieferanten zusammenarbeiten müssen. Ein Schritt, der nicht unbedingt jedem gefällt, denn dies bedeutet auch immer eine gewisse Abhängigkeit. Aber so hat der Schreiner die Möglichkeit, die Onlinetools zu nutzen, seinen Bestellprozess zu rationalisieren und gegenüber anderen Anbietern konkurrenzfähig zu bleiben.

PH

→ www.treinnova.ch

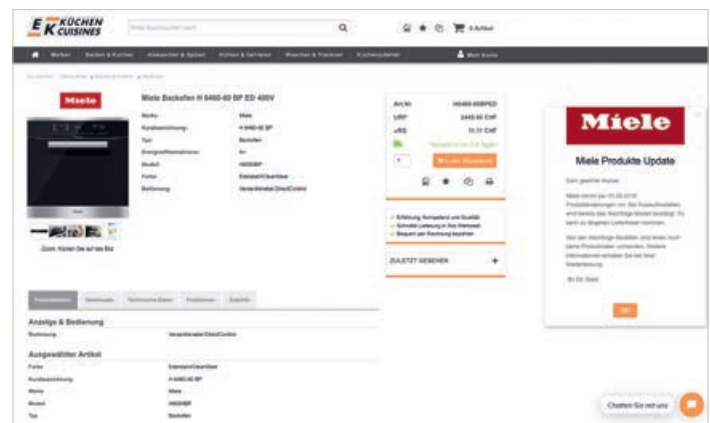
→ www.hfb.ch

→ www.gawo.ch

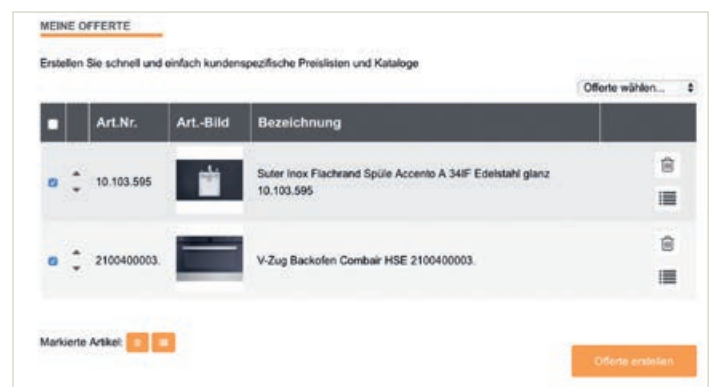
→ www.koch.ch

→ www.elementkuechen.ch

Aktuelle Daten, Preise und Verfügbarkeiten sind wichtig für den Bestellvorgang.



Im Shop lassen sich direkt Offerten und Preislisten für den Kunden erstellen.



Bilder: Screenshot