



Was bringt die 21st Mall wirklich

Lenovo stellte Ende vergangenen Jahres mit der 21st Mall von der A EINS I.T. GmbH seinen Fachhandelspartner eine Sales-Engine zur Verfügung, die sowohl eine schlagkräftige Verkaufshilfe sein will wie auch neue Kundenkontakte vermitteln soll (siehe Ausgabe Nr.2/06, Partnershop als Sales Engine).

Der ComputerPartner hat dazu sowohl Lenovo-Fachhandelspartner, die die 21st Mall in Verwendung haben, um eine Stellungnahme gebeten, wie auch mit Andreas Altmeyer, Geschäftsführer von A EINS und geistiger Vater der 21st Mall, ein Gespräch geführt.

ComputerPartner: *Was hat Sie bewegt, die Web-Engine 21st Mall zu entwickeln?*

Andreas Altmeyer: Ich habe acht Jahre lang ein klassisches Mail-Order-Business aufgezogen und erfolgreich betrieben, bevor ich A EINS I.T. gegründet und die 21st Mall entwickelt habe. Von da her weiß ich um die Probleme im Vertrieb Bescheid: Vertriebsleute vergeuden viel Zeit, um in der Vorverkaufsphase handlungsfähig zu sein. Es gibt täglich zehntausende Preisänderungen im Markt, und es ist die Bringschuld der Hersteller, die Informationen zu liefern. Der Vertriebsfokus darf nicht im Backoffice liegen, sondern in der Konzentration auf Geschäftsbeziehungen.

Das heißt, mit der 21st Mall wird in erster Linie ein Hersteller-Problem behoben?

Gewissermaßen ja. Wenn man auf der Hersteller-Website ein Produkt kaufen will, geht es nicht. Das ist ein Medienbruch. Der Partner ist nicht in den Verkaufsprozess integriert. Das führt zu einer Handlungsunfähigkeit. Der Kunde kann ein Produkt nicht beim Hersteller kaufen. Eine Folge davon ist, dass Quereinsteiger wie z.B. geizhals.at den Marken bleibenden Schaden zufügen. Der Brand heißt dann „billiger.at“. Mit der 21st Mall sorgen wir also auch für Markenschutz und für Kunden. Mit dem zusätzlichen Vorteil, dass der Kunde beim Partner in seiner Region kauft.

Welche Zielgruppen sprechen Sie noch an?

Neben den Herstellern auch Fachhändler und Endkunden, z.B. für eProcurement, und Verbundgruppen wie etwa ACP. Grundsätzlich also jede Shopplattform mit Bestell-Workflow.

Es gibt doch schon eine Vielzahl solcher Plattformen. Was kann die 21st Mall, was vergleichbare Systeme nicht können?

Beim Versuch, Content in die Warenwirtschaft zu bringen, scheitern alle an der Menge. Die Lösung ist ein webbasierter Katalog, herstellerfrei und plattformunabhängig. Das ist grundsätzlich ein lieferanteneutrales Geschäft.

Heißt das, dass die 21st Mall auch in Nicht-IT-Umgebungen einsetzbar ist, z.B. im Sanitär- oder Elektro-Handel?

Grundsätzlich ja. Die 21st Mall ist branchenneutral. Aber da darauf nicht unser Fokus liegt, würden wir das nur machen, wenn ein potenter Partner den Anstoß gäbe und mit an Bord kommt.

Sie reden immer nur vom Hersteller und dem Fachhandel. Was ist mit der Distribution?

Die Distribution versucht ständig, sich neu zu positionieren, das ist Käse. Sie soll

Waren bewegen. Der Hersteller steht an vorderster Front. Und der Fachhandel ist der Multiplikator. Das Problem ist, dass sich die Branche in diesem Bereich auf einem sehr niedrigen Niveau bewegt. Das, was wir dem Fachhandel bieten, ist eigentlich Aufgabe des Herstellers. Wir bringen den Fachhandel in eine ganz andere Position und stärken beide Partner. Und das in ganz kurzer Zeit.

Was sind Ihre Ziele für Österreich?

Ziel im ersten Jahr sind 100 Partner. Es geht ja nicht nur ums Werkzeug, sondern die Engine muss auch betreut werden. Sie ist sehr mächtig und wir betreuen sehr intensiv. Daher werden auch Ausreden wegen nicht erreichter Ziele immer dünner. Auf Entwicklungsseite wird die Engine multilingual, und das Entwicklerzentrum soll in Wien sein.

Was zeichnet die 21st Mall jetzt wirklich vor allen anderen aus?

Sie ist „die“ Content-Engine, und sie öffnet sehr viele Kanäle.

Wir danken für das Gespräch. > mir <

Erwartungen wurden weit übertroffen ...

Der in Gmunden ansässige EDV-Spezialist burki.net (www.burki.net) ist nicht nur IBM Advanced Business Partner, sondern auch Cisco SMB select Partner, Microsoft Authorised Education Reseller und gehört zu den VMware Professional VIP Resellers. Zur 21st Mall hat Wolfgang Burkhard Stellung genommen:

„Das Shop-System setzen wir seit Anfang Februar ein und da wir selber Software entwickeln, war die Einführung und Installation kein Problem. Den Support haben wir derzeit nur zweimal benötigt und es gab keine Beanstandungen über

Reaktionszeit und Antworten.

Das System wird von uns derzeit als Werbeplattform und Angebotsplattform genutzt. Einige unserer Kunden nutzen den Shop rein zum Gustieren, andere zur Suche, um anschließend zu bestellen. Fast alle Kunden suchen sich die gewünschten Stücke aus und kaufen dann offline.

Unsere Erwartungen sind bis jetzt stark übertroffen worden. Angedacht war das Tool als Erweiterung zu unserem Offline-Verkauf, zur Kundenunterstützung und möglicherweise hin und wieder für einen Online-Verkauf. Tatsächlich konnten wir durch den Shop schon einige Produkte außerhalb unseres „normalen“ Geschäfts absetzen.“

.... hätten sonst nie ein Webshop genommen.

Die IDC EDV-GmbH (www.idc-edv.at) mit Stammsitz in Tirol, hat sich vor allem auf den Verkauf von Computern, die Netzwerkbetreuung von Klein- und Mittelbetrieben und auf die Software-Entwicklung nach spezifischen Kundenwünschen spezialisiert. Neben der Zentrale in Imst ist das Unternehmen auch mit einer Filiale in Wien vertreten. Zur 21st Mall hat Christoph Ennemoser Stellung genommen:

„Seit Dezember 2005, vor Weihnachten haben wir die 21st Mall im Einsatz. Die Einschulung nahm zirka eine Stunde Zeit in Anspruch. Das System ist selbsterklärend.

Die Software ist zu loben, auch der Support. Anfragen werden schnell beantwortet und erledigt.

Ohne diese Initiative vonLenovo hätten wir nie einen Webshop genommen. Wir sind in einer rein ländlichen Gegend ansässig. Die Bestellungen über den Shop halten sich auch in Grenzen.

Wir verwenden es aber sehr stark intern, z.B. um Angebote zu verfassen und Verfügbarkeiten festzustellen. Auch für neue Mitarbeiter ist es ein sehr gutes Werkzeug, um sich einzulernen und auszukennen. So ist ein Angebot in zwei Minuten erstellt. Zusammenfassen gesagt: Es spart uns Zeit und Geld. Und bei A EINS ist was dahinter. Sie sind schnell und bringen was.“