



WINFRIED LAMBERTZ

## Erfolgreiche Eigenentwicklung

Trotz der zunehmenden Zahl von Standardsystemen setzen viele Handelsunternehmen bei der Kassensoftware auf unternehmensspezifische Eigenentwicklungen. Ein aktuelles Beispiel ist der Drogeriemarktfilialist dm, der im abgelaufenen Jahr sämtliche Filialen in Deutschland und Österreich auf ein neues Kassensystem umgestellt hat.

► Die großen IT-Projekte der jüngeren Vergangenheit zeigen, dass das Bewusstsein von Handelsunternehmen für den effektiven Einsatz von Kassen- und Warenwirtschaftssystemen gestiegen ist. Mit zunehmender Konzentration der filialisierten Handelsunternehmen und der zunehmenden Internationalisierung steigen die Ansprüche an die Kassensoftware. Der Trend, so scheint es, geht derzeit in Richtung Standardsysteme, die den Anwendern verschiedene Vorteile wie u.a. Parametrisierbarkeit und Releasefähigkeit versprechen. Eigenentwicklungen in großem Rahmen werden von den führenden Branchenvertretern eher selten vorgenommen. Eine Ausnahme bildet hier die Drogeriemarktkette dm, mit über 2.200 Filialen und rund 33.000

Mitarbeitern eines der europaweit führenden Drogeriemarkunternehmen.

### Feinkonzeption „am lebenden Objekt“

„Eine Standard-Software durch eine Eigenentwicklung abzulösen, scheint ungewöhnlich – aber für dm war es genau der richtige Schritt“, sagt Roman Melcher, Mitglied der dm-Geschäftsführung und verantwortlich für das Ressort Informationstechnologie und den internen Dienstleister Filiadata. Die Hauptmotivation für den Wechsel war die mangelnde Flexibilität des Standardpro-



„Der effiziente Entwicklungsansatz führte in kurzer Zeit zum Projekterfolg.“

**rt** Tilo Sauer  
Projektleiter Gebit Solutions

dukts sowie die lange Entwicklungsdauer von in Auftrag gegebenen Software-Anpassungen. Auch mit der Rollout-Geschwindigkeit waren die IT-Verantwortlichen nicht zufrieden. Melcher: „Es hat sechs Jahre gedauert, bis die Standardsoftware in allen Ländern lief. Kassensoftware ist ganz nah am Kunden, und dort nicht schnell zu sein, ist nicht akzeptabel.“ Letzte Vorbehalte gegen einen Wechsel schwanden, als das Baumarktunternehmen Obi auf den EHI-Technologietagen 2006 über den erfolgreichen Umstieg auf eine selbstentwickelte Kassensoftware berichtete. Ebenso wie Obi entschied sich auch dm für das Beratungshaus

Gebit Solutions GmbH als Partner für die technische Entwicklung und Umsetzung von „dmPOS“.

„Neben der fachlichen und sozialen Kompetenz war es vor allem die Entwicklungsmethode von Gebit, die uns überzeugt hat“, blickt Melcher auf den Projektstart Anfang 2007 zurück. Wurde die Kassensoftware früher über ein mehrstufiges Verfahren mit dem Dienstleister entwickelt, brachte man „dmPOS“ sozusagen „am selben Bildschirm“, so Melcher, in enger Zusammenarbeit mit dem beauftragten Systemhaus gemeinsam auf den Weg. Gebit-Niederlassungsleiter Tilo Sauer präzisiert: „Wir haben von Anfang an versucht, sehr schnell lauffähige Prototypen der Kasse zu entwickeln. Vor Ort haben wir dann mit den IT-Fachleuten des Kunden die einzelnen Anwendungsfälle quasi am lebenden Objekt feinkonzipiert.“ Der Vorteil dieses prototypischen Entwicklungsansatzes bestand vor allem in der Zeitersparnis. Statt einer mehrmonatigen Analysephase für die Erstellung eines Feinkonzepts war der erste Prototyp einer Kasse mit allen Basisfunktionalitäten bereits fünf Wochen nach Projektbeginn am Netz. Da zu Projektstart kein implementierungs-

## INTERVIEW

# Fallweise entscheiden

Für Roman Melcher, Geschäftsführer der dm-drogerie markt GmbH + Co. KG, ist die im Vergleich zu einer Standardsoftware geringere Komplexität ein wichtiges Argument für eine selbst entwickelte Kassensoftware.

**rt:** Herr Melcher, die Kassensysteme in den dm-Märkten basieren auf einer individuell zugeschnittenen Eigenentwicklung. Welche Überlegungen waren für diese Entscheidung ausschlaggebend?

**MELCHER:** Als wir mit unserer damaligen Standardsoftware eine Planung vorgenommen haben, welche Anwendungen wir bei der Kassensoftware zukünftig abbilden wollten, kamen wir über alle Länder gerechnet auf eine Zeitdauer von zwei Jahren. Mit der Eigenentwicklung sind wir nicht nur deutlich schneller gewesen, sondern konnten auch die Komplexität reduzieren, indem wir die Software genau auf unsere Belange abstimmten. Ein weiterer Faktor ist die Zusammenarbeit mit dem Software-Entwickler. Direkt mit dem Entwickler die Inhalte gemeinsam am Bildschirm zu konzipieren, kommt unserer Firmenkultur sehr nahe und bringt uns Geschwindigkeit im Entwicklungs- und Fehlerkorrekturprozess.

**rt:** Wie beurteilen Sie Individual-Software im Vergleich zu Standardsoftware im Hinblick auf Flexibilität und Weiterentwicklung von Funktionalitäten?

**MELCHER:** Auch bei der Standardsoftware kommen Sie in aller Regel nicht ohne kundenindividuelle Erweiterungen aus. Dies erhöht die ohnehin schon hohe Komplexität, weil individuelle Funktionalitäten in den Standard zurückgeführt werden müssen. Wenn der Grad der Individualität der Software steigt, dann verliert man den Vorteil der Stan-



**rt** Roman Melcher  
Geschäftsführer, dm-drogerie markt GmbH + Co. KG

„Die Software lief von Anfang an stabil.“

dardsoftware. Letztlich muss jedes Unternehmen die Frage für sich beantworten, inwiefern Individualsoftware einen echten Vorteil bietet.

**rt:** Hat Standardsoftware in Anbetracht der zunehmenden Komplexität der Filialunternehmen noch eine Zukunft? Geht der Trend möglicherweise in Richtung Eigenentwicklung?

**MELCHER:** Ich kann keinen Trend erkennen. Bei der Kassensoftware haben wir uns für eine Eigenentwicklung entschieden, in jedem anderen Fall ist die Situation neu zu prüfen. Denken Sie nur an den Bereich Finance und Controlling: Niemand käme auf die Idee, das Rechnungswesen selbst zu programmieren. Auch wir suchen für jede Anwendung die beste Lösung. Standardsoftware ist in vielen Fällen die bessere Lösung und hat nach meiner Einschätzung durchaus eine Zukunft. ●

fähiges Feinkonzept vorlag, entwickelten die Software-Experten von Gebit auf Basis eines Grobkonzepts einzelne Anwendungsfälle in mehreren Teams gleichzeitig an mehreren Stellen wie Backoffice, Kasse oder Zentralserver.

## Hauptrollout in zwei Monaten

Neben dem eigentlichen Touchscreen-basierten Kassensystem wurde im Rahmen des Projekts die IT-Infrastruktur weiterentwickelt. Beispielsweise wurde ein Zentralserver implementiert, um die Bondaten aus allen europäischen Filialen zeitnah (und nicht wie vorher nur in der Nacht) einsammeln und analysieren zu können. Auf Filialebene wurden Serverkomponenten für die Verarbeitung von „Plastikgutscheinen“ im Scheckkartenformat („Gutscheinserver“) implementiert. Nach der Pilotierung im ersten dm-Markt im August 2008 dauerte es sieben Monate, bis die ersten 100 dm-Märkte produktiv waren. Die schrittweise Pilotierung der kompletten Systeme begründet Melcher wie folgt: „Software, die in einer Filiale funktioniert, in einem Schlag auf 1.000 Filialen auszurollen, dieses Risiko wäre viel zu hoch. Wir stellen immer wieder fest, dass manche Fehler erst dann auftreten, wenn eine kritische Masse zusammenkommt.“

Von Projektbeginn an wurden, parallel zur Entwicklung, Testskripte erstellt, die automatisiert jede Nacht ablaufen und so die Performance der Kasse sicherstellen. Fehler und Abweichungen von der

## Projektphasen von „dm-POS“

**November 2006:** Erstkontakt mit Fa. Gebit auf den EHI-Technologietagen

**Januar/Februar 2007:** Prototyp dm-Kasse

**Frühjahr 2007:** Auftragserteilung

**Juni 2007:** Implementierungsbeginn Kasse und Filialserver

**Herbst 2007:** Implementierungsbeginn Zentralserver

**Januar 2008:** Implementierungsbeginn Gutscheinserver

**Ende August 2008:** Pilotierung erste produktive Filiale

**Januar 2009:** Pilotierung abgeschlossen. 10 Filialen produktiv

**März 2009:** Vorröllout abgeschlossen. Mehr als 100 Filialen produktiv

**April 2009:** Erste Werktagsumstellung im laufenden Betrieb

**Mai bis Juli 2009:** Hauptrollout. Umrüstung von 1.000 Filialen in Deutschland

**Ende Juli 2009:** Pilotierung in Österreich

**Dezember 2009:** Abschluss

gewünschten Funktionsweise wurden umgehend in den Tests berücksichtigt, sodass ein behobener Fehler auch in späteren Releases nicht wieder auftauchen kann. Nachdem auch die Integrations- und Massentests erfolgreich durchlaufen waren, konnte man die Organisation des Rollouts in Angriff nehmen.

ANZEIGE



**GEBIT**  
Solutions

**GEBIT POS\_Framework™**

**Die beste Verbindung von Standard- und Individuallösung:**

- maximale Flexibilität
- optimale Anpassung
- schnelle Umsetzung
- extrem leistungsfähig
- langfristige Unabhängigkeit
- praxiserprobt und zuverlässig
- Internationalität

**Top-Lösungen von den Experten für Anwendungsentwicklung im Handel**

Kasse • Lager • Logistik  
RFID • Mobile Systeme..

Projektunterstützung • Lösungen • Beratung

[www.gebit.de/retail](http://www.gebit.de/retail)

## DM-DROGERIE MARKT

## In elf Ländern präsent

► Deutschlands Nummer zwei unter den Drogeriemärkten beschäftigt europaweit gut 33.000 Menschen und betreibt mehr als 2.200 Filialen. Der laut Kundenmonitor 2009 beliebteste überregionale Drogeriemarkt Deutschlands ist seit seiner Gründung 1973 stetig auf Wachstumskurs, pro Woche werden im Durchschnitt drei neue Märkte in Europa eröffnet.

Im Geschäftsjahr 2008/2009 (30. September) setzte dm-drogerie markt 5,21 Mrd. Euro in elf europäischen Ländern um. Das entspricht einem Umsatzplus von 11,6 Prozent. Die rund 1.100 deutschen dm-Filialen erzielten einen Umsatz von 3,75 Mrd. Euro.

Filiadata ist als Dienstleister innerhalb der dm-drogerie markt-Gruppe für die Informationstechnologien verantwortlich. Diese reichen von der Kassensoftware und dem Warenwirtschaftssystem in den Filialen bis hin zum zentralen SAP-R/3 (Retail-System) und einem Data Warehouse im Terabytebereich. Die Logistik-Zentren werden mit modernen Online-Lagerverwaltungssystemen unterstützt. Grundlage bilden die nationalen und internationalen WAN- und LAN-Verbindungen mit den Betriebssystem-Plattformen XP, AIX und z/OS. ●

Der Hauptrollout der neuen Kassensoftware startete im Mai 2009. Für die Arbeiten in mehr als 1.130 deutschen dm-Märkten wurden insgesamt zwölf Sonntage eingeplant. Pro Filiale benötigte ein Techniker etwa drei bis vier Stunden, um das Filialkassensystem umzustellen und bei der Gelegenheit auch Hardware-Komponenten zu erneuern: Austausch der Festplatte, Einrichtung einer USB-Schnittstelle für den Bondrucker, Installation des Touchscreens und Austausch der Backoffice-Software. „Die Umstellung hat sehr gut geklappt, die Software lief von Anfang an stabil“, blickt Melcher auf die Rolloutphase zurück.

Für die Mitarbeiter in den dm-Märkten ist eine Umstellung auf eine neue Kassensoftware nicht einfach. Berührungängste lassen sich meist erst nach einer professionellen Einweisung abbauen. Bei dm verzichtete man auf eine Schulung der Mitarbeiter vor Ort. Melcher: „Weil die Software sehr benutzerfreundlich ist, haben wir es gewagt, ohne besondere Schulungsmaßnahmen in die Anwendung zu gehen.“ Stattdessen wurden die Mitarbeiter in einer Art von Schneeballsystem in den „Kopffilialen“ des Unternehmens eingewiesen. Die Abwicklung einzelner Abläufe in der Backoffice-Geldwirtschaft, zum Beispiel die Wechselgeldzuteilung, wurden den Mitarbeitern anhand von Schulungsvideos erklärt.

Im Juli 2009 konnte die Umrüstung der deutschen dm-Märkte abgeschlossen werden, Ende des Jahres waren auch die 360 dm-Märkte in Österreich am Netz. Bis Ende dieses Jahres sollen die dm-Märkte in den übrigen europäischen dm-Ländern auf die neue Software umgerüstet sein. ●

---

**Kontakt:**

redaktion@ehi.org

## Innovative IT-Lösungen

Innovative IT-Lösungen für Handel, Industrie und Dienstleistung!

**Kontakt:** GEBIT Solutions GmbH  
Koenigsallee 75 b  
14193 Berlin

Telefon: (030) 896 66 - 300  
Fax: (030) 896 66 - 336  
E-Mail: berlin@gebit.de

Geschäftsstelle Düsseldorf  
Hammer Straße 19  
40219 Düsseldorf

Telefon: (0211) 513 414 - 0  
Fax: (0211) 513 414 - 444  
E-Mail: duesseldorf@gebit.de

Geschäftsstelle Stuttgart  
Liebknechtstraße 33  
70565 Stuttgart

Telefon: (0711) 781 165 - 0  
Fax: (0711) 781 165 - 5  
E-Mail: stuttgart@gebit.de