

## Editorial

Im letzten Editorial hatte ich mich mit dem Internet-Auftritt der Gefako-Gruppe auseinandergesetzt und mit dem von Coop verglichen.

Werfen wir nochmals einen Blick auf Coop: Der Internet Umsatz im Jahr 2005 betrug 25 Mio. Fr., das sind knapp 0.2 % des Umsatzes von ca. 14 Mia. Fr.. Im gesamten Detailhandel werden die Internet-Umsätze auf rund 2 % geschätzt bei Wachstumsraten von ca. 30 %.

Die absoluten Zahlen von Coop sind auch interessant: Insgesamt sind rund 60% der Schweizer Haushalte im Lieferrayon. Täglich sind 54 Fahrzeuge unterwegs, welche 2005 rund 135'000 Lieferungen mit einem durchschnittlichen Einkaufswert von 190 Franken verteilen.

Einige Schlussfolgerungen daraus:

- 5 Jahre nach dem grossen Internet-Hype ist der Markt noch weit von der Reife entfernt. Das Internet hat weniger Marktanteil aufgenommen, als durch das allgemeine Wachstum geschaffen wurde.
- Erwarten Sie nicht zuviel von Ihrem eigenen Internet-Auftritt. Ein Anteil von 5 % des Umsatzes wäre schon ausgezeichnet.
- 30 % Wachstum ergeben einen Marktanteil für das Internet von 10 % bis in 5 Jahren, aber von 35 % bis in 10 Jahren.
- In grossem Stil neue Geschäfte generieren werden nur wenige, sehr spezialisierte Anbieter. Das meiste ist bestehendes Business über einen neuen Kommunikationskanal.
- Der Preisdruck steigt durch die Transparenz bei den Preisen. Die Margen sinken. Die Kosten werden entscheidend.

Dem Detailhandel als ganzes fehlt aber eine klare Strategie. Rund um Luzern werden zum Beispiel Hunderte von Millionen Franken in Einkaufszentren gesteckt, zuletzt etwa 250 Mio. Fr. in das neue Pilatus-Markt von Coop, das sind etwa 50 Mio. mehr als das Kunst- und Kongresshaus in Luzern gekostet hat. In Ebikon ist ein riesiges Ebisquare auf dem Schindler-Gelände geplant, die bestehenden Center rüsten auf, um mitzuhalten und der FC Luzern will ein Stadion mit „Mantelnutzung“. Aldi hat hier bereits gebaut und Lidl beginnt demnächst.

Parallel bauen die Grossverteiler eine eigene Logistik direkt zu den Haushalten auf, um die Internet-Verkäufe auszuliefern und konkurrenzieren damit ihre eigenen Center-Investitionen genauso wie die bestehenden Logistik-Kanäle.

All dies ist zu teuer. Coop wird mittelfristig auf der Kostenseite ein Problem kriegen. Nächstes Mal folgen ein paar Gedanken zu den Chancen, die sich hieraus ergeben.

Ein spannendes 2007 wünscht Ihnen  
Jürgen Strauss

### Inhaltsverzeichnis

Editorial  
Erfreuliches 2006

Kurse und Workshops

### Impressum

Herausgeber:  
I-AG Wirtschaftsinformatik  
Unter der Egg 10  
6004 Luzern  
Telefon 041 417 31 00  
Telefax 041 417 31 01  
Internet: [www.i-ag.ch](http://www.i-ag.ch)  
email: [info@i-ag.ch](mailto:info@i-ag.ch)  
Auflage: 250

### Erfreuliches 2006 für I-AG

Im Jahr 2006 durften wir eine ganze Reihe neuer Kunden begrüßen. Am erfreulichsten war vor allem, dass wir in etwa 60 – 80 % aller Fälle, wo wir offerieren durften, schliesslich auch den Zuschlag erhielten, obwohl in der Regel mehrere Anbieter zur Auswahl standen. In einem Fall hat sich ein Kunde die Mühe gemacht, insgesamt 15 Programme aus der Schweiz, Belgien, Deutschland und Frankreich zu prüfen, um sich dann für die neue französische Version von VinX zu entscheiden. Das hat uns natürlich besonders gefreut.

Somit haben wir nun folgende Kundenzahlen:

Phönix:	75
VinX:	110
PerformX:	45

Weniger erfreulich war, dass wir aufgrund unserer Auslastung die Entwicklung der Festmaterial-Verwaltung zurückstellen mussten. Wir bedauern dies sehr und werden es im laufenden Jahr nachholen.

## Neu in VinX: Aktualisierte Lagerbewertung

Das Thema Lagerbewertung wird in jedem Betrieb anders gehandhabt. Die Grundfragen sind immer dieselben:

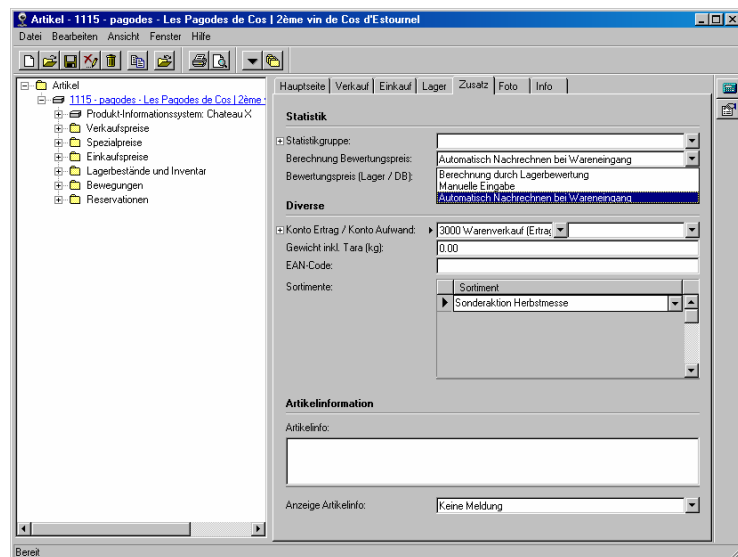
- Wieviel verdiene ich an einem Verkauf?
- Wieviel ist mein Lager wert?

Im ersten Fall geht es um den Deckungsbeitrag, im zweiten Fall um die Frage des Warenwertes.

VinX führt zu jedem Verkauf den zum Verkaufszeitpunkt gültigen Einstandspreis mit. Dieser kann für die Berechnung des Deckungsbeitrags verwendet werden. Alternativ lassen sich die Artikel auch wie folgt bewerten:

- Aktueller Einkaufs- oder Einstandspreis
- Durchschnittlicher Einstandspreis
- FIFO: First in – First out: Der Warenwert wird anhand der letzten Einkäufe berechnet, wobei nur die Mengen berücksichtigt werden, welche den aktuellen Bestand ergeben.

Diese Lagerbewertung wird periodisch durchgeführt, meist nach dem Inventar und vor dem Ausdruck der Warenwertliste.



Neu kann dieser Bewertungspreis laufend bei jedem Einkauf aktualisiert werden. Dies haben wir für einen Kunden eingebaut, der seine Provisionen anhand der laufenden Deckungsbeiträge nach FIFO errechnet. In der Systemeinstellungen legen Sie fest, welche Bewertungsmethode die laufende Aktualisierung verwenden soll.

Sie können nun differenziert bewerten: Bei Raritäten bewerten Sie die Artikel selber nach Markteinschätzung, Artikel mit geringen Preisschwankungen rechnen Sie einmal jährlich, Artikel mit grösseren Schwankungen laufend.

## Kurse und Workshops

### VinX Grundkurs, 2 Tage

Unsere Grundkurse geben Ihnen eine solide Basis für Ihre Arbeit mit VinX. Sie kennen anschliessend die vielseitigen Möglichkeiten des Programms und können diese anwenden.

### VinX Software-Degustation, ½ Tag

Eine häufige Erfahrung ist, dass unsere Software nicht optimal genutzt wird oder Ausbaumöglichkeiten nicht bekannt sind. In diesem Workshop werden ausgewählte Themen ausführlich behandelt. Die Teilnahme ist kostenlos.

### VinX Workshop, 1 Tag

Der Workshop ist für Phönix-Anwender konzipiert, die einen Wechsel zu VinX in Betracht ziehen. Sie haben so ausgiebig Zeit, unter kundiger Anleitung das Programm auszuprobieren und zu überprüfen, ob Sie Ihre betrieblichen Prozesse korrekt abbilden können.

### Termine

VinX Grundkurs	30./31. Januar
	27./28. Februar
	27./28. März

VinX Software-Degu 6. Februar

VinX Workshop und Phönix Workshop jeweils auf Anfrage

### Preise

VinX Grundkurs	Fr. 900.-- 2 Tage
VinX Workshop	Fr. 250.-- 1 Tag

Diese Preise beinhalten Mittagessen, Pausenverpflegung und Kursunterlagen. Bei mehreren Teilnehmern aus der gleichen Firma erhält die zweite Person einen Rabatt von 25%. Die Kurse werden nur bei genügend Teilnehmern durchgeführt.