



REFERENZ

Einfach und zuverlässig online einkaufen – mgm und Schwarz E-Commerce bringen Lidl-Shop in Produktion

mgm technology partners wurde als Entwicklungspartner für den LIDL-Webshop ausgewählt, um innerhalb von acht Monaten ein skalierbares, mandantenfähiges und international einsetzbares Gesamtsystem zu realisieren. Technische Grundlage war das Webshop-Framework von mgm technology partners, das im Projekt in die ausgewählte Versandhandels-ERP-Lösung zu einem performanten und zuverlässigen Gesamtsystem integriert wurde. Die gestellte Aufgabe wurde zum Festpreis in der vorgegebenen Zeit realisiert.

Einsatz des mgm Webshop-Frameworks als technische Basis

Shop ist nicht gleich Shop, auch nicht im Internet: Geschäftstyp, Warenumschlag und Bestellmengen, Sortimentsstruktur, Preismanagement oder der gewählte Vertriebsweg erfordern eine unterschiedliche Akzentuierung der Auswahlkriterien der eingesetzten Technologie.

Im Online-Geschäft von Lidl muss es genau wie im Lidl-Supermarkt zuverlässig, einfach und schnell gehen, auch wenn sich zu Spitzenzeiten mehrere tausend Kunden gleichzeitig durch den Webshop drängeln. Angezogen werden eine Vielzahl von Kunden durch Aktionsartikel, die im wöchentlichen Rhythmus angeboten und zuvor in deutschlandweiten Kampagnen mit Flyern in zweistelligen Millionenaufgaben beworben werden.

Zum Projekt: Nach einem Vergleich verschiedener Shopsysteme wählte Schwarz E-Commerce nicht ein schon am Markt verfügbares Standard-Shopsystem, sondern das mgm Webshop-Framework als technische Grundlage für eine Individualentwicklung. Es konnte auf Basis der vorgenommenen Messungen und Use Cases die Anforderungen für das Massengeschäft von Lidl nachweislich am besten abdecken:

- **Online-Darstellung des Sortiments**

Der mgm Webshop ermöglicht durch eine Model-View-Controller (MVC)-Architektur eine besonders flexible Darstellung des Sortiments. Diese kann der Produktmanager selber über ein als Web2.0-Applikation realisiertes Administrations-Interface (CMS) verändern.



„Bei einer Projektlaufzeit von acht Monaten mussten wir uns sicher sein, die richtige Technologie einzusetzen. Noch wichtiger war es aber, mit Profis zusammenzuarbeiten, die sowohl das Online-Geschäft als auch ihre Kunden wirklich verstehen.“

Matthias Weber

Geschäftsführer von Schwarz E-Commerce

Die Schwarz-Gruppe ist der drittgrößte Lebensmitteleinzelhandels-Konzern in Deutschland und betreibt Filialen in weiteren 20 Ländern. Im Herbst 2007 wurde das Tochterunternehmen Schwarz E-Commerce mit der Aufgabe betraut, den Bereich Online-Versandhandel aufzubauen. Wesentliche Aufgabebereiche waren neben einem hochperformanten Webshop samt Versandhandels-ERP-System, die Realisierung der Logistik, der Aufbau eines Call-Centers sowie die Etablierung eines Kundenservices.

- **Warenkorb und Bestellung**

Im mgm Webshop ist die gesammelte Erfahrung zahlreicher Projekte eingeflossen, um Warenkörbe, Bestellprozesse, Versandkosten und Zahlungssysteme kundenindividuell implementieren zu können.

- **Taughlich im Massengeschäft**

Manche Shopsysteme erreichen hohe Geschwindigkeiten nur durch extremen Hardwareeinsatz. Nicht so der mgm Webshop: Er benötigte im durchgeführten Benchmark nur einen Bruchteil der eingesetzten Hardware der Wettbewerber.

- **Qualität und offene Standards**

Der realisierte Webshop basiert auf bewährten Standardtechnologien in den Bereichen Oberflächengestaltung und Suche, Entwicklungssprache sowie Datenbank und Datenzugriffskonzepten. Voraussetzung für einen Einsatz im Lidl Shop ist gewesen, dass sich die ausgewählten Komponenten bereits in der Praxis unter Berücksichtigung der Anforderungen des Online-Geschäfts durchgesetzt hatten.



Abbildung 1

Automatisierte Qualitätssicherung sorgt für Funktions- und Ausfallsicherheit im Betrieb

Seit dem Produktivstart des Shops werden fast täglich Änderungen und Ergänzungen am Shop durchgeführt. Um eine hohe Online-Service-Qualität zu erreichen wird u.a. das integrierte mgm QA-Toolset für Webanwendungen eingesetzt. Es ermöglicht eine fast vollständige Automatisierung der technischen Qualitätssicherungsmaßnahmen. Es umfasst Module für:

- Funktionstests,
- Last- und Performancetests,
- Build- und Deployment- sowie
- Integrationstests.

Ergänzt wird das technische Qualitätsmanagement mit Auswertungen über die Shopnutzung durch die Kunden für das Produktmanagement, um Entscheidungen rund um die Online-Regalplatzoptimierung zu unterstützen.

mgm technology partners bleibt langfristiger Entwicklungspartner

„Es ist doch ganz einfach: Wenn man mal einen Partner gefunden hat, auf den man sich auch verlassen kann, selbst wenn es mal hakt, bleibt man ihm treu. Dies gilt gerade in der IT und deshalb bleibt mgm unser bevorzugter Partner,“ resümiert Matthias Weber.

Haben wir Ihr Interesse für unser Know-how geweckt?

Dann treten Sie mit uns in den Dialog:

references@mgm-tp.com