

Skandal: Versandhändler heiß auf MFC_commerce!

Seltsam: Eine 100 Jahre alte Branche begeistert sich für junge Shop-Software und spart dabei unverschämt viel Geld. Eine nicht ganz wahre Geschichte aus dem Alltag.

Meerbusch. Peter F.* (49) ist verzweifelt: tagtäglich lauern sie ihm auf und wollen sein bestes Stück – MFC_commerce 4.0. Ganz ungeniert verlangen dunkle Männerstimmen von dem Geschäftsführer einer Softwarefirma* am Telefon tagsüber eindeutige Details zu hören, fordern Besuchstermine oder Infos über Nacht und geben unverhohlen ihrem Interesse an dem jungen Hochleistungs-Shopsystem kund.

F. ist sich sicher: „Das sind alles Versandhändler, das erkenne ich schon an ihrem kaufmännischen Auftreten. Jedes Mal, wenn ich einen von denen am Telefon habe, wollen die nur Fakten und Zahlen und löchern mich wegen der Kosten.“ Schließlich sei der Versandhandel berühmt und berüchtigt für sein Kostenbewusstsein und die gleichzeitig hohen Anforderungen an Dienstleistungen und Produkte.

Das Verlangen der deutschen Vorzeigebbranche Versandhandel nach dem attraktiven Shopsystem ist verständlich, denn der Markt für leistungsfähige eCommerce-Software ist „dank“ der jetzigen Wirtschaftslage wie leergefegt. Trotzdem sind hohe Lizenzkosten und teure Wartungsverträge immer noch die Regel. Dafür gibt's dann meist auch noch gepflegte Uralt-Technologie, in Fortran und Cobol geschrieben und mit diesen netten Clipper-Datenbanken,

eigentlich klassische Produkte, aber fürs Technik-Museum.

Dagegen MFC_commerce 4.0: Neueste Technologie, unverschlüsselter Quelltext, lizenzkostenfreie Hochleistungsdatenbanken, Projekte auf Festpreisbasis ohne Nachgekarte und anschließend keine Wartungsknechtschaft beim Hersteller. „Ich muss jetzt schon fast jeden Tag wieder 8 Stunden arbeiten“, beschreibt F. die Lage. „Während die Chefs anderer Software- und Internetfirmen den ganzen Tag auf dem Golfplatz sein dürfen, weil der Insolvenzverwalter die Geschäfte führt. Alleine im letzten Monat hat sich mein Handicap um 3 Punkte verschlechtert! Und seit W.* aus H. das System hat ist alles noch schlimmer geworden – jeder weiß, dass die nun wirklich Ahnung haben und auch noch sehr kostenbewusst sind!“ Und weiter sagt er: „Ich konnte einfach nicht ‚Nein‘ sagen, die Aufgabe einen großen Versandhändler wie W. mit unseren modularen Software auszustatten, war zu reizvoll. Selbst um den hohen Preis, mal wieder mehr arbeiten zu müssen“ .

Peter F. letzte Hoffnung ist jetzt, dass die etablierten Softwarehersteller endlich kapierten, dass in Zukunft „open source“ angesagt ist. Aber sehr große Hoffnungen macht er sich da nicht.

Versandhändler R.* outet sich: „Ich will doch nur mein Bestes!“

Wie haben Sie von MFC_commerce 4.0 erfahren?

R.*: Wir sind über den Versandhausberater auf die Software MFC_commerce aufmerksam geworden. Ich habe dann sofort die Web-Seite www.mfc-commerce.de besucht, um mich schlau zu machen. Es gibt schließlich nicht viele Angebote in dem Bereich.

Sind Sie zu diesem Zeitpunkt schon in Kontakt zu Peter F. getreten?

Nein. Wir haben erst einmal die Fakten verglichen, die Glaubwürdigkeit der Aussagen geprüft. Ich gebe aber zu, sofort im Bauch ein Kribbeln gespürt zu haben. Ich wusste, das Ding ist heiß.

Und dann?

Ich habe an einem sonnigen Sonntagnachmittag eine Anfrage an den Hersteller geschickt.

Bekamen Sie Antwort?

Ja, merkwürdigerweise sogar sehr schnell. Ich glaube Herrn F. das mit der Überlastung nicht. Das geht doch gar nicht, dass die bis Montag antworten können, wenn bei denen arbeitsmäßig ‚Land unter‘ herrschen würde.

Zurück zum Thema: Was stand in der Antwort?

Nun, dazu muss ich sagen, dass wir ganz spezielle Fragen gestellt hatten: Kosten, Systemtechnik,

Integrationsfähigkeit in unsere IT, Umfang der angebotenen MFC_commerce-Module, Zeitrahmen, um nur ein paar Dinge zu nennen.

Na, und?

Alles ok. Hören Sie zu: 40 Module, Technik ‚state of the art‘, ein vollkommen skalierbares, offenes und flexibles System, und das Ganze zu allem Überfluss auch noch als Open Source, d. h. die Quellcodes liegen offen und können von uns auch selbst angepasst werden. Das war's. Das sind wir Versandhändler bei Shop-Software nicht gewohnt.

Was haben Sie dann gemacht?

Ich konnte mich nicht mehr beherrschen und bin direkt los. Nach Meerbusch. Von unterwegs habe ich Herrn F. angerufen und um einen sofortigen Termin gebeten. Er hat abgelehnt. A b g e l e h n t. Ich bin trotzdem hingefahren und hab den Kerl gerade noch erwischt, als er zum Golfplatz wollte. Aber da kam er an dem Tag nicht hin, hehe.

MARKETING FACTORY

Mehr Infos?? Gerne, unter info@marketing-factory.de oder Telefon 02159 969 100. Wenn keiner abnimmt, bin ich golfen ☺!