



Mittelstand 4.0
Kompetenzzentrum
Handel

INFOBLATT

Lasten- und Pflichtenheft zur Erstellung eines Onlineshops

Viele Groß- oder Einzelhändler spielen mit dem Gedanken, einen Onlineshop aufzubauen. In der Regel wird ein solches Projekt nicht nur mit internen Ressourcen umgesetzt, sondern auch mithilfe externer Dienstleister, wie etwa einer Web-Agentur, einem Softwareanbieter oder einer Onlinemarketing-Agentur. Um das Projekt möglichst strukturiert und erfolgsversprechend realisieren zu können, halten viele Händler und Dienstleister alle Anforderungen und Umsetzungsschritte im Lasten- und Pflichtenheft fest. Aber worin liegt überhaupt der Unterschied zwischen einem Lasten- und einem Pflichtenheft und was sollten die beiden Dokumente beinhalten? Und: geht es auch ohne?

Mittelstand-
Digital

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Impressum

Herausgeber

ibi research an der Universität Regensburg GmbH
Galgenbergstraße 25, 93053 Regensburg

Geschäftsführung

Dr. Anja Peters, Dr. Georg Wittmann
Registergericht Amtsgericht Regensburg;
Registernummer HR Regensburg B 5409

www.kompetenzzentrumhandel.de
T +49 / (0)941 / 943 – 1901
F +49 / (0)941 / 943 – 1888
info@kompetenzzentrumhandel.de

Soweit keine redaktionelle Kennzeichnung für den Inhalt Verantwortliche im Sinne des Presserechts und des Rundfunkstaatsvertrages:

Dr. Anja Peters, Dr. Georg Wittmann,
Galgenbergstraße 25, 93053 Regensburg

Text und Gestaltung

Dr. Georg Wittmann
Sabrina Friedl
Carina Freundl
Stefan Plötz
Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Handel

Bildquellen

© Blake Wisz / unsplash.com (Titelseite), © Bruno Kelzer / unsplash.com (Seite 3), © Markus Spiske / unsplash.com (Seite 4), © Alejandro Escamilla / unsplash.com (Seite 5), © Donnie Rosie / unsplash.com (Seite 7), © Debbie Hudson / unsplash.com (Seite 14)

Stand

Mai 2021

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird bei Personenbezeichnungen und personenbezogenen Hauptwörtern in diesem Infoblatt die männliche Form verwendet. Entsprechende Begriffe gelten im Sinne der Gleichbehandlung grundsätzlich für alle Geschlechter. Die verkürzte Sprachform hat nur redaktionelle Gründe und beinhaltet keine Wertung.

Lasten- und Pflichtenheft zur Erstellung eines Onlineshops

Der Begriff „**Pflichtenheft**“ wird unterschiedlich verwendet. Gerade auch, weil er umgangssprachlich nicht selten als Synonym für „**Lastenheft**“ dient. Derweil unterscheiden sich die beiden Dokumente merklich.

Im Lastenheft hält der Händler/Auftraggeber fest, was er vom Projekt erwartet und welche Anforderungen er konkret an den Dienstleister stellt. Er fasst darin zusammen, was realisiert oder geliefert werden soll, was die gewünschte Leistung bzw. das gewünschte Produkt können muss, wie und wofür es eingesetzt werden soll und welche Rahmenbedingungen beachtet werden müssen. Das Lastenheft legt damit den Grundstein des Projekts und bildet eine Basis, um Dienstleistern, oder auch andere Abteilungen im Unternehmen, beauftragen zu können.

Das Pflichtenheft wiederum gibt Antworten auf diese Anforderungen. Es beschreibt, wie und womit das Projektvorhaben im Detail umgesetzt wird. In ihm beschreibt der Dienstleister die angebotenen Leistungen und wie er bei deren Umsetzung vorgehen wird. Oftmals wird das Pflichtenheft auch gemeinsam mit dem Auftragssteller, also dem Händler, erstellt.

Per Definition sind also Lasten- und Pflichtenheft zwei unterschiedliche Dokumente. Beim Projekt „Erstellung eines Onlineshops“ lässt sich vereinfacht sagen, dass das Lastenheft beschreibt, was zu tun ist („Ein Onlineshop soll aufgesetzt werden“). Im Pflichtenheft wird daraufhin festgehalten, wie das von Statten gehen wird und welche Mittel (z. B. technische, finanzielle, personelle Ressourcen) dafür benötigt werden. Es bildet die Basis der Projektkommunikation zwischen den Parteien (Händler und Dienstleister).

Doch auch wenn der Onlineshop selbstständig erstellt wird, empfiehlt es sich, ein Pflichtenheft anzufertigen, da so eine klare Struktur zum Aufbau entsteht. Missverständnisse können von Beginn an ausgeräumt werden und alle Beteiligten haben einen Leitfaden, auf den sie in jeder Projektphase zurückgreifen können.



Was sollte im Lastenheft festgehalten werden?

Es gibt keine Norm, wie ein Lastenheft auszusehen hat. Vielmehr sollte sich der Händler bzw. das Team, das am Projekt arbeiten wird, intensiv damit auseinandersetzen, welche Wünsche, Erwartungen und Anforderungen an den Onlineshop gestellt werden und welche kurz- und langfristigen Ziele verfolgt werden. Ebenso sollte genau analysiert werden, wie der Ist-Zustand aussieht und welche Rahmenbedingungen schon gegeben sind. Vielen Händlern fällt es nicht leicht, genau zu beschreiben, was sie sich vorstellen.

Diese Fragen können dabei unterstützen:

- Wie gestaltet sich die derzeitige Ausgangssituation (u. a. genutzte Vertriebskanäle, verwendet Systeme, eigene Ressourcen und eigenes Know-how) in meinem Unternehmen? Wie sehen die Rahmenbedingungen aus?
- Wie soll der Onlineshop aussehen, der umgesetzt werden soll? Welche Funktionen soll er haben? Wie soll er optisch gestaltet werden?

- Welche Anforderungen habe ich an meinen Dienstleister bzw. mein Projektteam? Welche Kriterien sind ein Muss, welche ein Soll und welche nicht zwingend nötig?
- Wie sieht mein Zeitplan aus? Welche Ressourcen habe ich zur Verfügung? Gibt es einen Stichtag, zu dem das Projekt umgesetzt sein muss?
- Welche Kosten verursacht das Projekt? Wann und wie kontrollieren wir den Erfolg?

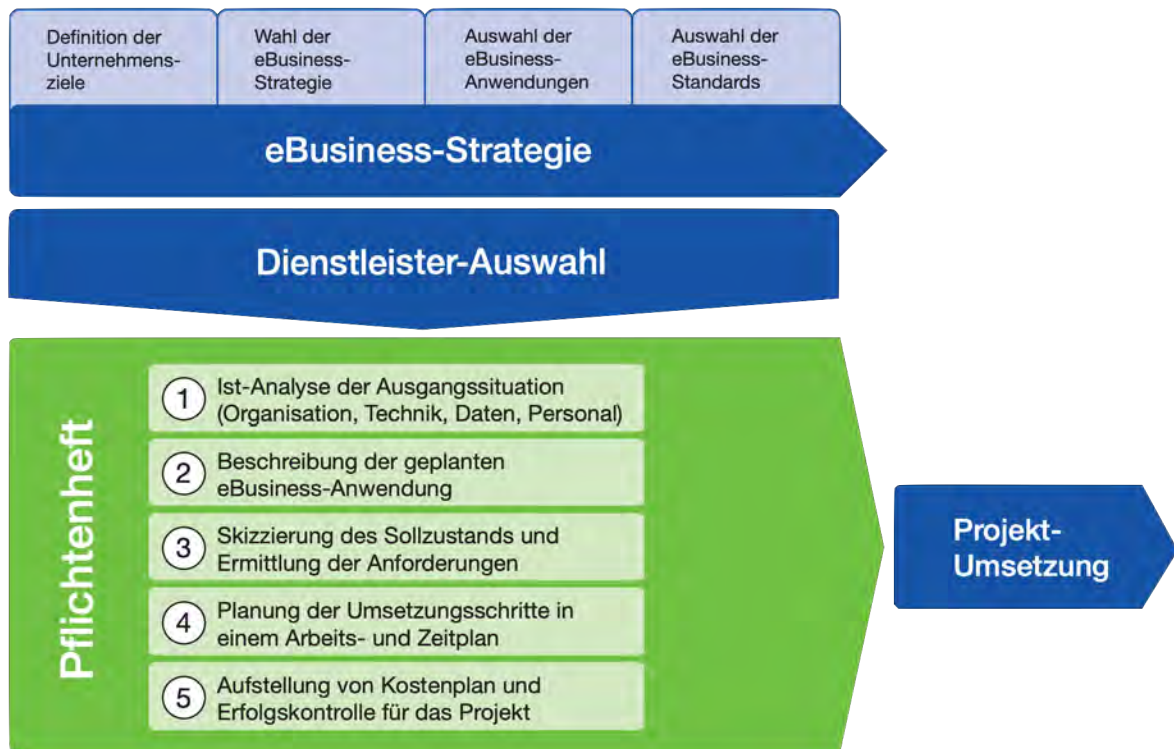
Je detaillierter und strukturierter das Lastenheft formuliert wird, desto besser kann der Dienstleister bei der Anfertigung des Pflichtenheftes damit arbeiten.



Wie kann ein Pflichtenheft zur Erstellung eines Onlineshops aussehen?

Das Pflichtenheft steht vor der Projektumsetzung und legt oft den vertraglichen Grundstein. Erst wenn es fertiggestellt ist und alle Beteiligten damit zufrieden sind, kann das Projekt „Onlineshop“ starten. Welche

wesentlichen Schritte man bei der Erstellung durchläuft und welche Kriterien bis dahin bereits erfüllt sein sollten, zeigt die folgende Abbildung.



© PROZEUS

Abbildung 1: Vorgehensweise bei der Erstellung eines Pflichtenhefts für die Planung und Umsetzung eines eBusiness-Projekts [PROZEUS 2012]



Bausteine eines Pflichtenhefts

Es gibt keinen rechtlich verbindenden Rahmen, wie ein Pflichtenheft aufgesetzt sein muss. Oftmals nutzen Dienstleister eigene Vorlagen. Unternehmen haben hier freie Hand. Dennoch gibt es einige Elemente, die sich bewährt haben. Dazu gehören beispielsweise, dass der Auftrag und die Ausgangslage genau beschrieben werden.

Auch technische und personelle Rahmenbedingungen, mögliche Probleme, das Team bzw. die beteiligten Personen und die einzelnen Projektschritte sind wichtige Bestandteile. Wie das zum Beispiel aussehen kann, zeigt die nachfolgende Tabelle. Je nach Projekt und Gegebenheiten kann sie beliebig ergänzt und angepasst werden.

Allgemeines	Ist-Analyse der Ausgangssituation	Beschreibung der geplanten Anwendung	Sollzustand und Ermittlung der Anforderungen	Arbeits- und Zeitplan	Kostenplan und Erfolgskontrolle
	1	2	3	4	5

Allgemeines

Zweck und Ziel des Dokuments

- ❑ Ziel des Pflichtenheftes (z. B. Struktur für das Projekt „Onlineshop“ schaffen)
- ❑ Zielsetzung des beschriebenen Projekts (z. B. erfolgreiche Umsetzung eines Onlineshops zum Vertrieb der eigenen Produkte)

Projektbezug

- ❑ Zuordnung des Pflichtenhefts zu Projekt (z. B. zugehörig zum Projekt „Onlineshop“)

Abkürzungen

- ❑ Auflistung aller verwendeten Abkürzungen (z. B. CRM = Customer Relationship Management)

Ablage, Gültigkeit und Bezüge zu anderen Dokumenten

- ❑ Angabe des Ablageorts (z. B. Google Drive/ProjektOnlineshop/Pflichtenheft/2021-02-12 Pflichtenheft.docx)
- ❑ Angabe des Gültigkeitszeitraums (z. B. gültig von 12.02.21-12.05.21)
- ❑ Bezug zu zugehörigen Dokumenten (z. B. Lastenheft Projekt „Onlineshop“)

Bearbeitungsdaten

- ❑ Nennen des letzten Bearbeiters des Dokuments (z. B. Anton Weller, 18.02.21)
- ❑ Nennen der Veränderungen am Dokument (z. B. Anforderungen angepasst)

1. Ist-Analyse der Ausgangssituation

a. Unternehmenssituation

- ❑ Beschreibung der aktuellen Unternehmenssituation mit den für das Projekt relevanten Informationen
- ❑ Organigramm mit allen Projektbeteiligten
- ❑ Darstellung wichtiger Prozessketten

b. Technik

- ☐ Abbildung der gesamten Systemarchitektur
- ☐ Beschreibung der vorhandenen Soft- und Hardware
- ☐ Beschreibung von Netzwerkstrukturen, Internetzugängen, Servereinsatz

c. Datenmanagement

- ☐ Definition der der Anwendung zugrunde liegenden Daten (z. B. Kunden-, Produkt- und Belegdaten)
- ☐ Detaillierte Beschreibung der Daten (Datenformat, Datenmenge, Zugriffshäufigkeiten usw.)

d. Standards

- ☐ Beschreibung und Festlegung von verwendeten Standards und Definition (z. B. Produktbeschreibung oder in der Rechnungserstellung)

e. Sicherheit

- ☐ Festlegen von Maßnahmen zur Datensicherheit (z. B. Firewall, Backup, Serverstabilität, etc.)
- ☐ Berücksichtigung von Datenschutzgesetzen, Darstellung der Datenschutzbestimmungen im Unternehmen

f. Personal

- ☐ Auflistung der an den für das Projekt wichtigen Prozessen beteiligten oder im Organigramm vorkommenden Personen (siehe 1.a)

2. Beschreibung der geplanten Anwendung

a. Anwendung

- ☐ Kurze Beschreibung der geplanten Anwendung (z. B. Onlineshop zum Vertrieb von physischen Produkten)

b. Stammdatenmanagement / Produkt-Information-Management-(PIM)-System

- ☐ Integration und Verbinden der Stammdaten wie Produkt-, Leistungs- oder Artikelstammdaten an einem Ort
- ☐ Einführung einer zentralen Daten-Verwaltung durch ein PIM-System

c. Warenwirtschaftssystem (WWS)

- ☐ Abbildung des derzeitigen WWS oder einer geplanten Umsetzung
- ☐ Beschreibung der Verbindung der Anwendung mit dem WWS (genutzte und vorhandene Schnittstellen)

d. Katalogmanagement

- ☐ Erstellung eines elektronischen Katalogs
- ☐ Elektronischen Katalog als Basis für Onlineshop / Website verwenden

e. Customer-Relationship-Management-(CRM)-System / Supply-Chain-Management-(SCM)-System

- ☐ Nutzung eines CRM-Systems, um in jedem Unternehmensbereich die aktuellen Kundendaten zugänglich zu machen
- ☐ Nutzung eines SCM-Systems, um die Geschäftsprozesse entlang der Wertschöpfungskette zu optimieren

3. Sollzustand und Ermittlung der Anforderungen

a. Sollzustand – Organisation

- ❑ Darstellung der Veränderungen der Unternehmensbereiche und -strukturen durch das Projekt
- ❑ Darstellung der Prozessveränderungen und der optimalen Prozessabläufe
- ❑ Deutliches Hervorheben aller Veränderungen gegenüber der Ausgangslage

b. Sollzustand – Technik

- ❑ Entwicklung der neuen Systemarchitektur unter Berücksichtigung der Soft- und Hardwarevoraussetzungen
- ❑ Definition der Anforderungen an Hard- und Softwareinstallationen, Anpassungsprogrammierungen, Datenorganisation (Datenschlüssel, Datenfelder, Speichermedien, usw.), Dateneingabe und -ausgabe, Datenverarbeitung und Benutzerfreundlichkeit der Anwendung für Mitarbeiter und Kunden
- ❑ Beschreibung und Kennzeichnung neu entstandener oder veränderter Schnittstellen
- ❑ Erstellung eines Handbuchs zur Handhabung und Pflege des Systems
- ❑ Festlegen von Regelungen zu Wartungsbedingungen und Updates

c. Sollzustand – Datenmanagement

- ❑ Detaillierte Dokumentation von Datenveränderungen und der Erfassung neuer Daten (siehe 1.c)
- ❑ Beachten der Quellen bei der Konvertierung von Daten (Altsystem, Neuerfassung, Datenerstellung)
- ❑ (Standard-)Schnittstellen zur Prozessintegration, Kostensenkung und leichten Übertragen zwischen verschiedenen Systemen nutzen

d. Sollzustand – Personal

- ❑ Stellenbeschreibung der an den neuen oder veränderten Prozessen beteiligten Personen, ggf. Nennen der Personen
- ❑ Beschreibung der Funktionen und Zuständigkeiten aller beteiligten Personen
- ❑ Falls notwendig: Erstellung eines Berechtigungs- und Genehmigungskonzepts
- ❑ Falls notwendig: Feststellen der Anwenderqualifikationen und Durchführung von Personalschulungen

e. Allgemeine Anforderungen

- ❑ Wirtschaftlichkeit und Produktivität (Arbeitet das System wirtschaftlich? Sind Auslastung der Hardware und Verarbeitungszeiten optimal?)
- ❑ Standardeinsatz (Werden die zurzeit gängigen Standards unterstützt?)
- ❑ Sicherheit (Ist das System vor Zugriffen von außen gesichert?)
- ❑ Modularität, Ausbaufähigkeit (Besteht das System aus unabhängigen Modulen, so dass jederzeit einzelne Module hinzugefügt oder entfernt werden können?)
- ❑ Hardwareunabhängigkeit (Kann das System ohne besonderen Anpassungsaufwand auch auf einer anderen als der ursprünglichen Hardware/Software eingesetzt werden?)
- ❑ Kompatibilität (Ist das System verträglich mit anderen Anwendungsprogrammen und der genutzten Hardware?)
- ❑ Parametrisierung (Können individuelle Einstellungen (Parameter) vorgenommen werden, um spezielle Bedürfnisse wie Währungen oder Zahlenformate zu decken?)
- ❑ Investitionsschutz (Kann das System betrieben und weiterentwickelt werden, wenn der Dienstleister nicht mehr am Markt ist? Wie geht man mit dem möglichen Anpassungsbedarf nach Updates [der einzelnen Komponenten] um?)

! Wichtig: Unterscheidung zwischen „Muss“- und „Kann“-Anforderungen

4. Arbeits- und Zeitplan

a. Arbeitspakete

- ❑ Zusammenfassung von Teilaufgaben in einem Arbeitspaket

b. Meilensteine

- ❑ Aufbau einer Meilensteinplanung
- ❑ Identifikation von Abhängigkeiten und festlegen von Pflichtaufgaben (z. B. Liveschaltung des Onlineshops nicht vor Abnahme der Rechtstexte)

c. Projektverlauf

- ❑ Darstellung des Projektplans mit planmäßigem Ablauf und Verzögerungen

d. Inbetriebnahme und Einsatz

- ❑ Vor der endgültigen Installation und Inbetriebnahme: Erprobung des Systems während einer Testphase in einer Testumgebung
- ❑ Dokumentation der Fehler während der Testphase
- ❑ Handhabung der Fehler während der Testphase
- ❑ Planung der Einführung (z. B. Komplett Einführung, schrittweise Einführung)

5. Kostenplan und Erfolgskontrolle

a. Kostenplan

- ❑ Auflistung aller geplanten auftretenden Kosten (Höhe und Zeitpunkt) während des Projekts, um so die Gesamtkosten zu ermitteln und später kontrollieren und ggf. gegensteuern zu können

b. Erfolgskontrolle

- ❑ Erfolgskontrolle durch die Kontrolle des Zeitplans und der Einhaltung der Ziele, Arbeitspakete und Meilensteine
- ❑ Gegenüberstellung der geplanten und tatsächlich umgesetzten Aktivitäten
- ❑ Ursachenanalyse von Problemen und Abweichungen

Abbildung 2: Pflichtenheft inkl. Aufgaben [PROZEUS 2012; Mittelstand 4.0-Agentur Handel 2016]

Anhand dieser exemplarischen Tabelle können Händler mit Dienstleistern oder auch anderen Abteilungen ein Pflichtenheft zur Erstellung des Onlineshops

aufsetzen. Als Grundlage dafür dient das Lastenheft, das der Händler schon vorab erstellt hat. Doch nicht alle Dienstleister arbeiten nach diesem Vorgehen.

Sollte ich ein Lasten- und ein Pflichtenheft erstellen oder kann ich darauf verzichten?



Werner Dandl, *dw2000.de*, arbeitet in seiner Agentur mit einem Pflichtenheft, wenn Kunden mit ihm gemeinsam Onlineshop-Projekte realisieren möchten.

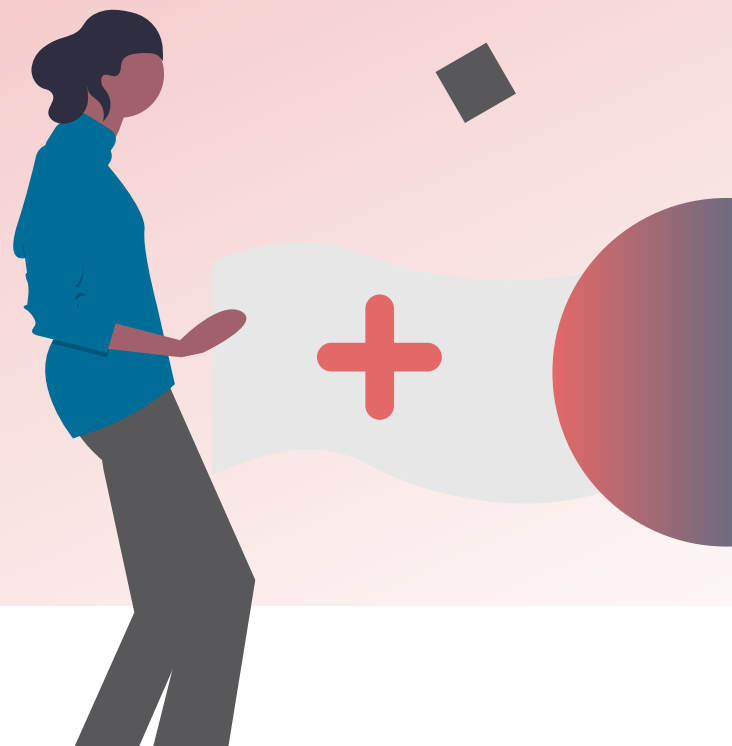
Alle Schritte, die auf dem Weg zum gut umgesetzten Onlineshop liegen, sollten vorab festgehalten werden. Denn nur so wird klar, was eigentlich alles zu tun ist. Erfahrungsgemäß fehlt den zukünftigen Shop-Betreibern dafür oft die Zeit oder sie wollen sie sich nicht nehmen. Allerdings rate ich gerade bei großen Shops mit hohen Anforderungen unbedingt dazu.

Durch das Pflichtenheft wird von Anfang an ersichtlich, welche Phasen im Laufe des Projektes bestritten werden müssen, was sie kosten und welcher Zeitaufwand dahintersteckt. Zwar ändern sich diese Faktoren im Projekt immer wieder einmal. Dennoch bildet das Pflichtenheft mit seinen zentralen Wünschen und Forderungen eine perfekte Grundlage dafür, um auszumachen, was gut und was schlecht laufen kann. Das bedeutet also auch, dass Probleme, die bei der Umsetzung auftauchen können, schon vorbereitet werden können und ein Notfallplan gestrickt werden kann.

Je kleinteiliger man bei der Erstellung eines Pflichtenheftes vorgeht, also Schritt für Schritt abfragt, was schon an technischer und personeller Infrastruktur vorhanden ist, und was genau gewünscht wird, desto klarer und strukturierter kann das Projekt aufgezogen werden.

Und noch ein wichtiger Aspekt kommt über das Pflichtenheft zum Vorschein: Wir als Agentur bzw. Dienstleister können ein Qualitätsmanagement durchführen, sprich, wir können prüfen, welche Anforderungen des Kunden überhaupt umsetzbar sind und somit von Anfang an falsche Erwartungen aus dem Weg räumen. Das spart nicht nur Zeit – schließlich sind alle Projektschritte klar festgelegt – sondern sorgt auch dafür, dass alle Beteiligten immer einen Überblick haben. Das ist gerade dann sinnvoll, wenn weitere Akteure, etwa Warenwirtschaftssystem-Anbieter, in den Prozess integriert sind.

Starre Listen in Papierform, die man zu Beginn abarbeiten muss, schrecken viele Händler ab. Deswegen gehen wir bewusst so vor, dass wir das Pflichtenheft im Rahmen eines Workshops erstellen, auf Gesprächsebene. Der Kunde ist somit von Beginn an aktiv dabei und es kommt zu deutlich weniger Missverständnissen und Fehlinterpretationen.





Günter Heiß, Geschäftsführer von eCube, setzt jährlich zahlreiche E-Commerce-Projekte für verschiedene Kunden um. Auf ein Pflichtenheft verzichtet er dabei in der Regel.

Was wir oftmals festgestellt haben, ist, dass die Lastenhefte, die wir auf den Tisch bekommen, zum Teil massiv durch die Rolle oder die „Vorbildung“ des Verfassers gefärbt sind. Als Beispiel: Beschäftigt sich der Verfasser in seinem beruflichen Alltag zu großen Teilen mit dem Thema Suchmaschinenoptimierung (SEO), dann passiert es häufig, dass er darauf dann auch im Lastenheft seinen Schwerpunkt legt. Andere, vielleicht sogar für die Umsetzung deutlich wichtigere Aspekte und Themenfelder, werden dahingegen nur spärlich ausgeführt. Auf Basis des Lastenheftes würden wir als Dienstleister aber dann das Pflichtenheft erstellen und es kann leicht zu falschen Schwerpunkten und Tendenzen kommen. Man steht also schon zu Beginn vor der Herausforderung, darauf achten zu müssen, dass das Ganze nicht zu sehr gefärbt ist.

Außerdem wird gerne der Fehler gemacht, im Lastenheft zu sehr die Lösung vorweg zu nehmen. Betriebsblindheit lautet hier das Stichwort. Und das ist für den weiteren Verlauf dann oft kritisch, weil damit die Möglichkeit unterdrückt wird, das ein oder andere Problem direkt an der Wurzel zu packen.

Ein anderer Punkt ist die Agilität. Ich halte nichts vom großen Masterplan, der bis in die Tiefe durchformuliert ist und/oder sich in der Breite über alles ergießt, was einem zum Thema E-Commerce so einfällt. Und das ist die Krux: Gerade zweiteres kriegt man gerne mal auf den Tisch. Auf der einen Seite verständlich, schließlich möchte der Kunde nichts vergessen und alles abdecken. Auf der anderen Seite ist das meistens aber völlige Zeitverschwendung. Und man muss die Leute erst mal wieder auf den Boden der Tatsachen zurückbringen.

Was ich jedoch sehr wichtig finde: Die Vision klar herausarbeiten. Aber eben nur wo will ich hin und warum will ich da hin – noch nicht wie. Ich will als Dienstleister verstehen, was den Kunden antreibt, was für einen Schmerz er hat, wie er tickt und was seine Ziele sind. Und das sollte nicht als „ich brauche dies und das“ formuliert sein, sondern als „ich will dies und das erreichen“.

Wenn man sich über diese Punkte klar ist, kann man gemeinsam überlegen, wie man das übergeordnete Projektziel in sinnvolle Teilschritte zerlegen kann. Wenn man das gemacht hat, geht man mit dem ersten Schritt ins Detail, setzt ihn um, schaut, was der nächste Schritt ist usw. So umgehen wir das Problem, dass das tatsächliche Ziel, das der Kunde erreichen möchte, in einem Dokument mit vielleicht falsch gesetzten Schwerpunkten untergeht.



Erfahrungen aus der Praxis

Dominik Wulkow ist Leiter des C-Teile-Managements und der Dienstleistungen bei der Piel GmbH. Wir haben mit ihm über seine Erfahrungen bei der Arbeit mit einem Pflichtenheftes gesprochen.

Was verstehen Sie unter einem Pflichtenheft und wo begegnet Ihnen ein solches in Ihrer betrieblichen Praxis?

In der betrieblichen Praxis begegnen wir bei Piel einem Pflichtenheft oft in größeren IT-Projekten mit ERP- bzw. Warenwirtschaftssystemen oder bei Shopanbindungen. Je technischer das Projekt ist, desto mehr Inhalt ist in einem Pflichtenheft enthalten. Letztlich soll ein Pflichtenheft dazu dienen, alle Punkte des Projekts für alle Parteien klar zu definieren.

Sie haben bereits ein Pflichtenheft für einen Onlineshop angefertigt. Wie sind Sie dabei vorgegangen?

Wir nennen das Pflichtenheft „Leitfaden“ und verwenden es für Neuanbindungen an unseren eProcurement-Marktplatz. Die inhaltliche Struktur ist hierbei der realen Bearbeitung angeglichen. Das bedeutet, dass zuerst die Stammdaten wie die Debitorenanlage für die Warenwirtschaft, die Ansprechpartner beider Parteien, die Zahlungsbedingungen sowie die Art der Rechnungslegung abgefragt werden. Anschließend werden Benutzergruppen definiert, die Katalogsortimente, die Farbe des Onlineshops und die Standard-Workflows festgehalten. Anhand der vollständig ausgefüllten Unterlagen kann binnen ein bis zwei Tagen ein System aufgesetzt werden. Der Impuls für den Leitfaden kam seiner Zeit aus der Abteilung, die die Anforderungen online umgesetzt hat und somit mit am besten beurteilen konnte, welche Punkte gezielt behandelt werden müssen.

Welche Aspekte waren für Sie bei der Erstellung des Pflichtenheftes am wichtigsten? Worauf haben Sie besonders viel Wert gelegt?

Der Leitfaden wurde so gestaltet, dass der Vertrieb direkt mit dem Kunden in Kontakt treten und die relevanten Punkte besprechen kann. Einfachheit und Verständlichkeit aller Punkte sind dabei notwendig, um Rückfragen möglichst zu vermeiden.

Außerdem sind die Auswahlmöglichkeiten im Dokument klar erkennbar und abgrenzbar aufgelistet, um nicht allzu viel Zeit dafür aufwenden zu müssen. Man muss jedoch stets im Hinterkopf behalten, dass ein Administrator mit dem Ergebnis einen eProcurement-Zugang fertig einrichten können muss.

Was ist Ihnen bei der Realisierung leichtgefallen?

Wir konnten die Kollegen schnell von der Umsetzung überzeugen, da der Mehrwert sofort greifbar und dadurch schnell als geeignetes Tool akzeptiert war. Die Projekte konnten somit deutlich schneller ablaufen und auf Kundenseite wurde zeitnah ein positiver Effekt erkennbar.

Bei welchen Themen sind Sie auf Herausforderungen gestoßen? Wie haben Sie diese Probleme gelöst?

Wenn ein Leitfaden alleine nicht mehr ausreicht, begleitet ein Fachmann (wir haben hierfür eine extra Abteilung eingerichtet) das Projekt beim Kunden vor Ort. Um die Situation nicht noch komplizierter zu machen, suchen wir lieber das direkte Expertengespräch.

Gibt es eine Alternative zu einem Pflichtenheft? Kann man einen Onlineshop oder eine Warenwirtschaft auch ohne umsetzen?

Ein Warenwirtschaftssystem kann nicht ohne Pflichtenheft eingerichtet werden, da die Stamm- und Bewegungsdaten stimmig ineinanderlaufen müssen. Bei einem Onlineshop ist die Situation ähnlich, da die Ziele und Funktionen ebenso klar definiert sein müssen. Eine Alternative ist ein sich völlig selbsterklärendes Projekt – ggfs. mit Unterstützung einer Chat-Funktion für auftauchende Fragen während der Bearbeitung.

Was würden Sie anderen Händlern raten, die ein Lasten- und Pflichtenheft erstellen?

1. Tipp: Selbst Klarheit verschaffen.

Achten Sie darauf, was das Ziel des Projektes ist und welche Schritte dafür notwendig sind.

2. Tipp: Austausch mit den Kollegen.

Um die Übersicht zu behalten und nicht im Ideenstrudel zu versinken, ist es sinnvoll, die Kollegen zu Rate zu ziehen und die Ideen gegenseitig zu lesen lassen.

3. Tipp: EINFACH. BESSER. MACHEN

(So lautet auch unsere Unternehmensleitlinie). Eine Herausforderung soll möglichst einfach bewältigt werden und ein Prozess soll anschließend besser ablaufen. Machen bedeutet in diesem Kontext, einfach anzufangen, sich nicht in Details zu verlieren und in der Theorie auf der Strecke zu bleiben. Ein Pflichtenheft beweist sich schließlich, wie es gelebt wird. Es kann stetig optimiert werden.



Die Entscheidung, ob Sie als Händler bei der Umsetzung eines Onlineshop-Projektes nun mit einem **Pflichtenheft** arbeiten sollten, ist letztendlich von verschiedenen Faktoren abhängig. Während der eine vorgegebene Strukturen und Arbeitspläne wie in einem Lasten- und Pflichtenheft schätzt, bevorzugt der andere eine agile, individuelle Vorgehensweise, die vom intensiven Austausch und der fortlaufenden Optimierung und Anpassung lebt.

Prüfen Sie zu Beginn Ihres Projektes, zusammen mit Ihrem Dienstleister oder Ihrem Projektteam, mit welchem Vorgehen Sie sich identifizieren und ob ein Pflichtenheft dementsprechend das Richtige für Sie ist.



Sie haben Fragen zum Lasten- und Pflichtenheft? Im Rahmen einer Unternehmenssprechstunde gehen wir gerne darauf ein. Sprechen Sie uns an!

Weitere Informationen unter : <https://kompetenzhandel.de/unternehmenssprechstunde>

Quellen

- Angermeier, Dr. Georg (2009, 10. Dezember), „Lastenheft“, <https://www.projektmagazin.de/glossar-term/pflichtenheft>, abgerufen am 15.02.2021.
- Jankowiak, Alexandra (2020, 17. November), „Lastenheft und Pflichtenheft: Das sind die Unterschiede“, <https://www.gruender.de/buchhaltung/pflichtenheft-lastenheft/>, abgerufen am 15.02.2021.
- Angermeier, Dr. Georg (2009, 10. Dezember), „Lastenheft“, <https://www.projektmagazin.de/glossar-term/lastenheft>, abgerufen am 15.02.2021.
- Fleig, Dr. Jürgen (2019, 17. April), „Was beinhaltet ein Lastenheft?“, <https://www.business-wissen.de/hb/was-beinhaltet-ein-lastenheft/>, abgerufen am 15.02.2021.
- Ionos (2020, 28. September), „Das Pflichtenheft: Alle Anforderungen eines Projekts im Blick“, <https://www.ionos.de/digitalguide/websites/web-entwicklung/pflichtenheft/>, abgerufen am 15.02.2021.
- PROZEUS (2012), „Muster-Pflichtenheft für eBusiness-Projekte: Praxiserprobt mit Kommentaren und Beispielen“, https://www.prozeus.de/imperia/md/content/prozeus/broschueren/pro_brochure_plichtenheft_2012.pdf, abgerufen am 15.02.2021.
- Mittelstand 4.0-Agentur Handel (2016), „Leitfaden zum Aufbau eines B2B-Online-Shops“, <https://ibi.de/veroeffentlichungen/leitfaden-zum-aufbau-eines-b2b-online-shops>, abgerufen am 15.02.2021.

Nützliche Links

Vorlagen für Pflichtenhefte:

- <https://www.ionos.de/digitalguide/websites/web-entwicklung/pflichtenheft/>
- <https://www.markus-baersch.de/php/senddl.php?f=plichtenheft>





Mittelstand 4.0
Kompetenzzentrum
Handel

Über das Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Handel

Das Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Handel gehört zu Mittelstand-Digital. Mit Mittelstand-Digital unterstützt das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie die Digitalisierung in kleinen und mittleren Unternehmen und dem Handwerk.

Weitere Informationen unter

www.kompetenzzentrumhandel.de



Über Mittelstand-Digital

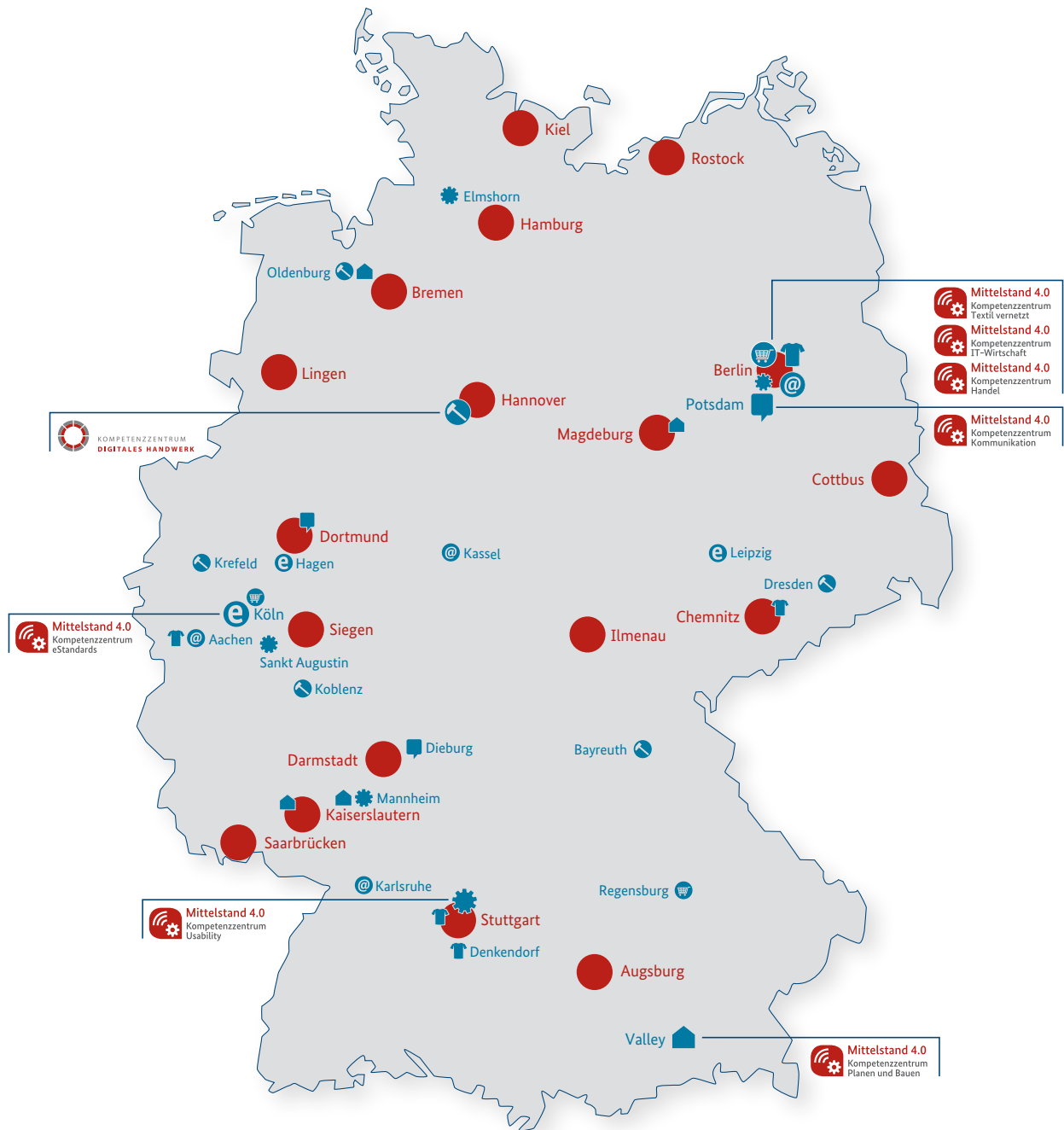
Mittelstand-Digital informiert kleine und mittlere Unternehmen über die Chancen und Herausforderungen der Digitalisierung. Die geförderten Kompetenzzentren helfen mit Expertenwissen, Demonstrationszentren, Best-Practice-Beispielen sowie Netzwerken, die dem Erfahrungsaustausch dienen. Das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) ermöglicht die kostenfreie Nutzung aller Angebote von Mittelstand-Digital.

Der DLR Projektträger begleitet im Auftrag des BMWi die Projekte fachlich und sorgt für eine bedarfs- und mittelstandsgerechte Umsetzung der Angebote. Das Wissenschaftliche Institut für Infrastruktur und Kommunikationsdienste (WIK) unterstützt mit wissenschaftlicher Begleitung, Vernetzung und Öffentlichkeitsarbeit.

Weitere Informationen finden Sie unter

www.mittelstand-digital.de

Die regionalen Mittelstand 4.0-Kompetenzzentren und Themenzentren mit ihren Stützpunkten



Weitere Informationen finden Sie unter

www.kompetenzzentrumhandel.de