



Whitepaper

# E-Commerce & ERP-Prozesse optimal verbinden

Webshops, b2b-Portale und Marketplaces  
nahtlos in Microsoft Dynamics 365  
Business Central integrieren.



**Autor: Henri Engels**  
Sales Consultant der dc AG

# Effizient, skalierbar, zukunftssicher – warum das ERP-System das Herzstück eures Online-Geschäfts sein sollte

Mehr Online-Bestellungen, steigende Kundenerwartungen, zunehmender Wettbewerbsdruck: Der E-Commerce-Markt verlangt nach durchdachten Prozessen und technischer Verlässlichkeit. Wenn eure Bestellungen täglich zunehmen, aber die Effizienz nicht mithält, wird es Zeit für eine neue Herangehensweise. Die Antwort: ERP-Integration.

Dieses Whitepaper richtet sich an mittelständische Unternehmen, die ihre Prozesse konsequent weiterentwickeln möchten. Wir zeigen euch, warum eine enge Verzahnung von Online-Shop und ERP-System weit mehr ist als ein technisches Detail. Sie steigert die Effizienz, schafft Raum für Wachstum und sorgt für eine bessere Kundenerfahrung.

## Was bedeutet ERP-Integration im E-Commerce?

ERP steht für Enterprise Resource Planning. Gemeint ist damit die zentrale Software, mit der ihr sämtliche Abläufe in eurem Unternehmen abbildet – vom Bestandsmanagement über Einkauf und Lager bis zur Finanzbuchhaltung.

ERP-Integration bedeutet, dass euer Online-Shop direkt mit dem ERP-System verbunden ist. Lagerbestände, Preise, Kundendaten, Bestellungen, Rechnungen – alles wird in Echtzeit zwischen beiden Systemen synchronisiert.

Das Ziel: eine zentrale Datenquelle, auf die alle Abteilungen gleichermaßen zugreifen. Keine Insellösungen. Kein doppeltes Pflegen von Daten. Keine Fehler durch Medienbrüche.

Ab einem gewissen Punkt reichen manuelle Prozesse schlicht nicht mehr aus. Wer täglich mit über tausend Bestellungen jongliert, stößt schnell an die Grenzen dessen, was sich noch händisch bewältigen lässt. Produktpflege, Auftragsbearbeitung, Zahlungsabgleich – all das wird ohne Systemunterstützung zum Flaschenhals. Spätestens dann wird klar: An einer durchdachten ERP-Integration führt kein Weg mehr vorbei, um zu vermeiden, dass der Betrieb ins Stocken gerät.

## Drei Integrationsarten im Vergleich



### Insellösung

Shop und ERP arbeiten isoliert voneinander. Bestellungen müssen manuell ins System übertragen, Lagerbestände händisch aktualisiert werden. Auch Kundendaten oder Retouren laufen über getrennte Prozesse. Das sorgt nicht nur für enormen Aufwand, sondern erhöht auch die Fehlerquote – vom doppelten Versand bis hin zu falschen Beständen im Shop. Skalierbarkeit ist so kaum möglich.



### Schnittstelle

Ein erster Schritt in Richtung Automatisierung: Einzelne Daten wie Bestellungen, Artikelinformationen oder Preise werden bereits zwischen Shop und ERP ausgetauscht. Die Synchronisation erfolgt jedoch punktuell – oft zeitverzögert oder auf bestimmte Felder beschränkt. Komplexere Abläufe wie Rabattsysteme, Kampagnenlogiken oder mehrstufige Workflows bleiben außen vor. Die Folge: Lücken, Medienbrüche und manuelle Nacharbeit.



### Volle Integration

Der Idealfall für effiziente Abläufe: Shop und ERP-System sind nahtlos miteinander verbunden. Sämtliche Informationen – von Lagerbeständen über Kundendaten bis hin zu Rechnungen – werden in Echtzeit synchronisiert. Ändert sich etwas im ERP, wird es automatisch im Shop übernommen. Das ERP agiert dabei als zentrales Steuerungssystem, auf das alle Prozesse zugreifen und übernimmt zugleich die Funktion des Online-Shop-Backends.

## Vorteile der vollen ERP-Integration

Mit einer integrierten ERP-Lösung nehmt ihr den Druck aus euren täglichen Abläufen. Keine händisch erstellten Aufträge mehr, keine endlosen Excel-Listen und auch keine wiederholten Nachfragen, ob Zahlungen eingegangen sind. Stattdessen laufen Bestellungen, Rechnungsstellung und Zahlungsabgleich automatisiert und nachvollziehbar im Hintergrund.

Das schafft nicht nur Luft im Tagesgeschäft, sondern reduziert auch typische Fehlerquellen, die bei manuellen Prozessen schon fast vorprogrammiert sind. Artikelnummern vertauscht? Eine Adresse vergessen? Lagerbestände nicht korrekt erfasst? Diese Stolpersteine erledigen sich von selbst, wenn eure Systeme nicht nur nebeneinander, sondern wirklich miteinander arbeiten.

Und genau hier zeigt sich der wahre Mehrwert: Die gewonnene Effizienz wirkt sich direkt positiv auf euren Geschäftserfolg aus. Teams gewinnen Zeit für Aufgaben, die wirklich zählen. Routinen werden entlastet, Prozesse entschlackt. Statt sich mit Lücken im Ablauf aufzuhalten, können sich eure Mitarbeitenden auf das konzentrieren, was euer Unternehmen voranbringt – sei es in der Kundenberatung, bei der Sortimentsentwicklung oder in der Planung neuer Vertriebswege.

Eine durchdachte ERP-Integration bringt nicht nur Ordnung ins operative Chaos, sondern auch die nötige Flexibilität für ein dynamisches Marktumfeld. Automatisierte Abläufe sind nicht nur schneller, sie halten auch dann stand, wenn das Bestellvolumen steigt und euer Geschäft wächst.

# So laufen Bestellungen im integrierten System ab

## Vom Klick im Webshop bis zum Versandetikett:

Sobald ein Kunde im Webshop bestellt, wird im Hintergrund automatisch ein Auftrag im ERP-System erzeugt. Das System erfasst die Zahlung – ob per PayPal, Kreditkarte oder einer anderen Methode – prüft und verbucht sie ganz ohne händisches Nachfassen.













Im nächsten Schritt übernimmt das ERP auch die Logistik: Es generiert Picklisten, druckt Versandlabels und liefert die passenden Trackinginformationen gleich mit. Parallel dazu wird die Rechnung automatisch erstellt und im digitalen Belegarchiv abgelegt, damit sie jederzeit für Kund:innen und Mitarbeitende abrufbar ist. Zugleich wird auch der Kunde per E-Mail über den Versandstatus informiert – inklusive aller relevanten Informationen zur Lieferung. Das sorgt intern für schlanke Abläufe und schafft extern die nötige Transparenz.

Alle relevanten Daten und Kennzahlen, von Bestellvolumen über Zahlungsstatus bis hin zur Versandgeschwindigkeit, stehen in Echtzeit im Reporting zur Verfügung. So habt ihr eure Prozesse jederzeit im Blick und trefft Entscheidungen auf Basis valider Zahlen.

Ein sauber aufgesetztes Produktmanagement ist das Rückgrat jedes erfolgreichen Webshops. Von der Artikelanlage über Variantenlogiken bis hin zu individuellen Merkmalen wie Größen, Farben oder Materialien – all diese Informationen müssen zentral gepflegt und aktuell gehalten werden. Genau hier spielt das ERP seine Stärken aus: An einer Stelle werden die Produktdaten verwaltet und automatisch in alle angebotenen Kanäle ausgespielt. So bleibt euer Sortiment konsistent, suchbar und verkaufstark. Egal, wie viele Artikel ihr im Portfolio habt.

Mit den Basisfunktionen – wie der automatischen Auftragsanlage, der Synchronisation von Lagerbeständen sowie der Erstellung und dem Versand von Rechnungen – endet der Funktionsumfang eines voll integrierten ERP-Systems noch lange nicht. Spezialisierte Features sind gezielt auf die Anforderungen im E-Commerce zugeschnitten und generieren echte Produktivitätsgewinne.

## Basisfunktionen

 Dashboard auf Startseite	 Artikelpräsentation	 Staffelpreise / Kundenpreise
 Verfügbarkeitsanzeige	 Up-Selling / Cross-Selling	 Artikelmerkmalfilter
 Suche / Quickorder	 Unterbenutzern mit Rechten	 News / Infos für b2b-Kunden
 Belegarchiv (Rechnungen, etc.)	 Verwaltung Lieferadressen	 Kiosk Modus

## Erweiterte Funktionen:



### Retouren und Gutschriften – effizient gelöst

Kaum ein Prozess ist für Händler:innen lästiger als Rücksendungen. Sie kosten Zeit, binden Ressourcen und bringen kein Geld ein. Umso wichtiger ist, dass genau dieser Bereich reibungslos und weitgehend automatisiert abläuft. Kund:innen melden ihre Retoure bequem online an und wissen sofort, dass der Rückversand im System erfasst ist. Das Versandlabel wird ohne Rückfrage und Wartezeit direkt selbst erstellt.

Trifft die Ware dann im Lager ein, prüft das System die Rücksendung und löst automatisch eine Bestätigung an die Kundschaft aus, wenn sie akzeptiert wurde. Parallel dazu generiert das System eine Gutschrift, bucht den Betrag auf die ursprünglich gewählte Zahlart – etwa Kreditkarte oder PayPal – zurück und versendet den Gutschriftsbeleg per E-Mail. Ein Prozess, der für alle Beteiligten Transparenz schafft und den Aufwand auf ein Minimum reduziert.



### Erweiterte Kampagnen systemübergreifend steuern

Ob „2+1“-Aktionen oder 20 % Rabatt auf eine bestimmte Kategorie – solche Kampagnen gehören im E-Commerce zum Standardrepertoire. Doch je komplexer die Logik, desto wichtiger ist eine zentrale Steuerung. Sollen Aktionen kanalübergreifend gespielt werden – etwa im Webshop, per Newsletter oder im stationären Handel – braucht es ein System, das nicht nur mitläuft, sondern den Takt vorgibt. Deshalb sollten Kampagnen direkt im ERP-System angelegt und verwaltet werden. Dort liegen die Daten ohnehin gebündelt – Kategorien, Preise, Verfügbarkeiten. Der Shop greift dann in Echtzeit auf die Informationen zu. Ohne doppelte Pflege oder manuelle Importe bleibt alles konsistent und aktuell. Andersherum wird's nämlich schwierig: Ist das ERP lediglich auf Daten aus dem Shop angewiesen, fehlt der Überblick. Das System reagiert nur, statt zu steuern.



### Wert- und Rabattgutscheine clever verwalten

Marketingaktionen ohne Gutscheine? Kaum denkbar. Ob als Rabattcode im Newsletter oder Wertgutschein im Handel – sie sind fester Bestandteil moderner Vertriebsstrategien. Umso wichtiger ist eine zentrale Verankerung der Gutscheinlogik im ERP-System, besonders bei kanalübergreifenden Aktionen.

Gerade bei Wertgutscheinen ist das entscheidend, da sie oft lange gültig sind und buchhalterisch als Verbindlichkeit geführt werden müssen. Nur eine lückenlose ERP-Integration garantiert korrekte Erfassung und Abrechnung.

Auch die Datenpflege profitiert: Werden Gutscheine direkt im ERP verwaltet, bleibt alles zentral an einem Ort – eine klare „Single Source of Truth“ statt verteilter Insellösungen.



### Belegarchiv und Dokumentenmanagement – alles auf einen Blick

Kund:innen erwarten Transparenz. Deshalb sollte der Zugriff auf alle relevanten Dokumente direkt über das Kundenkonto im Shop möglich sein: Rechnungen, Gutschriften, Auftragsbestätigungen oder Lieferbelege, die im ERP-System liegen, lassen sich ohne Rückfragen einsehen und herunterladen. Besonders praktisch: Auch Dokumente aus anderen Kanälen – etwa telefonische Bestellungen oder manuelle Auftrags erfassungen – sind hier hinterlegt, sofern sie im ERP erfasst wurden. Das ist die Basis für ein vollständiges, kanalübergreifendes Archiv, das den Service verbessert und interne Rückfragen reduziert – eine einfache Lösung, mit großem Effekt.



## Bonitätsprüfung und Kreditlimit im Blick behalten

Beim Kauf auf Rechnung – sei es im b2c- oder b2b-Bereich – ist eine automatische Bonitätsprüfung unerlässlich. Noch bevor der Auftrag final ausgelöst wird, gilt es zu prüfen, ob der Kunden zahlungsfähig ist. Im b2b-Umfeld kommt zusätzlich das hinterlegte Kreditlimit ins Spiel. Hat der Kunde bereits so viel bestellt, dass er sein Limit überschritten hat? Auch das lässt sich direkt im ERP-System abbilden.

Die Voraussetzung dafür ist, dass Shop und ERP miteinander kommunizieren. Nur wenn aktuelle Bestellwerte, offene Posten und Limitgrenzen in Echtzeit abgeglichen werden, kann der Auftrag sicher und regelkonform verarbeitet werden. So schützt ihr euch nicht nur vor Zahlungsausfällen, sondern schafft für alle Seiten Transparenz und Verlässlichkeit im Bestellprozess.



## Produktindividualisierungen & Konfiguratoren – nahtlos ins ERP integriert

Wenn ihr euren Kund:innen die Möglichkeit bietet, Produkte individuell zu gestalten – sei es per Konfigurator, mit eigenen Texten oder durch das Hochladen von Logos – ist es mit einer hübschen Oberfläche im Webshop allein nicht getan. Schließlich müssen all diese Informationen nicht nur erfasst, sondern auch technisch sauber ins ERP-System überführt werden.

Die Herausforderung liegt dabei im Detail: Konfigurationsdaten, Zusatzinformationen, hochgeladene Medien müssen automatisiert und im richtigen Format an das ERP übergeben werden. Das ist die Voraussetzung dafür, dass der Auftrag im Lager, in der Produktion oder in der Logistik fehlerfrei weiterverarbeitet werden kann. Wird an dieser Stelle manuell gearbeitet, entstehen unnötige Reibungsverluste und Fehlerquellen. Dank einer tiefen ERP-Integration laufen individualisierte Aufträge reibungslos durch.



## Erweiterte Produktdaten zentral pflegen – überall verfügbar

Ob Videos, Zutatenlisten oder spezifische Merkmale: All diese erweiterten Produktdaten lassen sich direkt am Artikel im ERP-System hinterlegen. Das spart doppelte Pflegearbeit und sorgt dafür, dass sämtliche Kanäle – vom Webshop bis hin zur Marketingkampagne – auf dieselbe Datenbasis zugreifen. Das ist der große Vorteil einer durchdachten Systemarchitektur.



## Freigabe-Workflows zentral steuern

Interne Freigaben, zum Beispiel bei speziellen Produkten, individuellen Kundenaufträgen oder größeren Bestellmengen, gehören bei vielen Unternehmen zum Alltag. Solche Prozesse lassen sich ideal im ERP-System abbilden. Wird ein bestimmter Artikel bestellt, kann automatisch ein Produktmanager benachrichtigt werden, der den Auftrag prüft und freigibt.

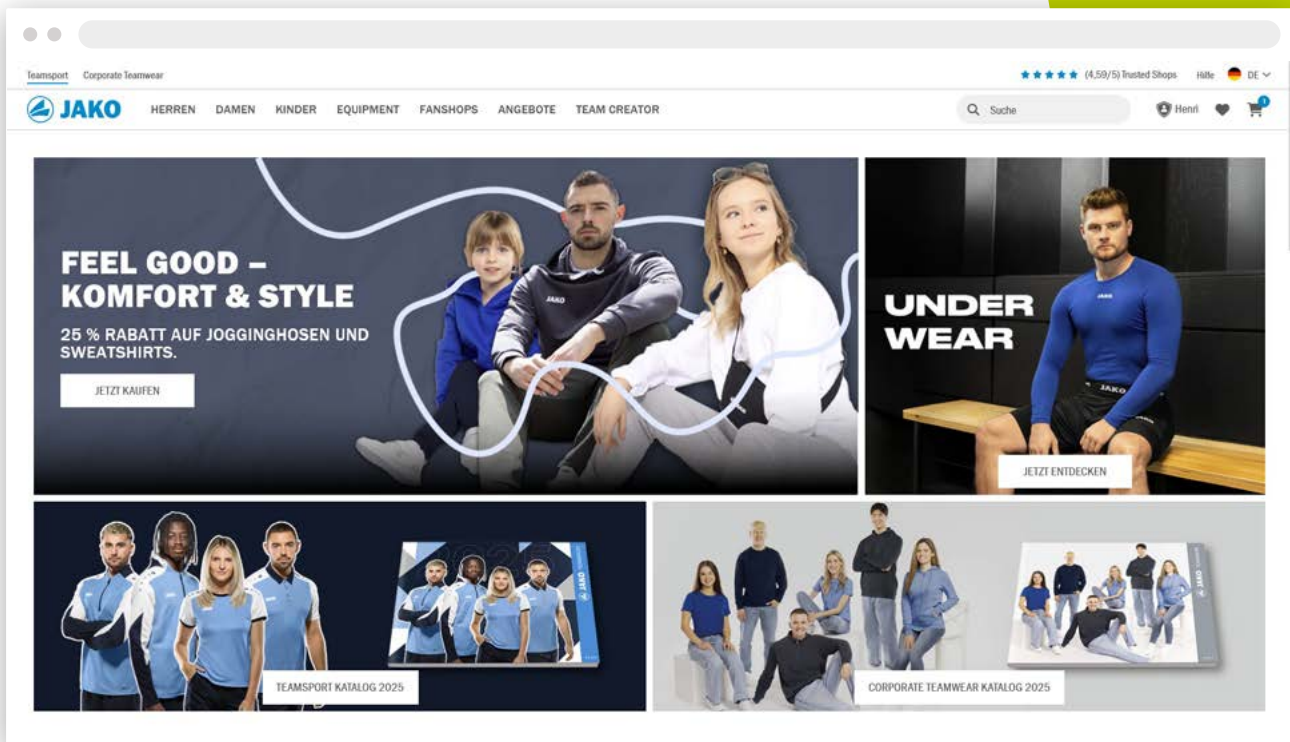
Freigabelogiken sind oft komplexer, als sie auf den ersten Blick scheinen, weshalb sie keinesfalls isoliert im Shop oder per E-Mail laufen sollten. Stattdessen gehören sie ins ERP, wo sie strukturiert, nachvollziehbar und automatisiert abgewickelt werden können. So bleibt der Prozess transparent und alle Beteiligten arbeiten auf derselben Datenbasis.



## Abonnements & wiederkehrende Zahlungen – automatisiert und flexibel

Abomodelle liegen im Trend – ob bei Lebensmitteln, Pflegeprodukten oder Bürobbedarf. Der Kunde schließt sein Abo bequem online ab, hinterlegt die Zahlungsdaten und erwartet, dass die Lieferung regelmäßig und zuverlässig erfolgt. Damit das klappt, braucht es eine durchdachte ERP-Integration. Das System muss in der Lage sein, automatisch Aufträge zu generieren, Zahlungen regelmäßig abzurufen und Lieferzyklen korrekt zu steuern. Gleichzeitig sollte der Kunde im Shop volle Kontrolle behalten: Abos pausieren, anpassen oder kündigen direkt im Kundenkonto.

Auch auf eurer Seite wird's effizient: Im ERP-System seht ihr auf einen Blick, welcher Kunde welches Abo abgeschlossen hat. Selbst bei Rückfragen per E-Mail oder Telefon lässt sich das Abo direkt im System verwalten. Spielen Shop und ERP nahtlos zusammen, wird aus dem Abo-Modell ein funktionierender Prozess.



## JAKO – Teamsportausrüster mit Tempo und Präzision

Ob Kreisklasse oder Champions League – JAKO stattet Fußballvereine, Mannschaften und Sportteams aller Spielklassen mit hochwertiger Teamsportkleidung aus. Die Anforderungen sind hoch: individuelle Konfiguration, schnelle Lieferung, transparente Prozesse. Deshalb setzt JAKO auf ein integriertes System, in dem b2b- und b2c-Shop auf dieselben Daten zugreifen.

Das Highlight der Shops ist der 3D-Konfigurator, mit dem Kund:innen ihre Trikots bis ins kleinste Detail gestalten können. Farben, Schnitte, Logos und vieles mehr lassen sich im Browser anpassen. Die eingegebenen Konfigurationen landen anschließend ohne Umwege im ERP-System und von dort direkt in der Produktion. Das sorgt nicht nur für Geschwindigkeit, sondern auch für maximale Prozesssicherheit und Kundenzufriedenheit.

99

Tobias Röschl, Vorstand Marketing & Vertrieb bei JAKO, bringt es auf den Punkt:

**„90% unserer Bestellungen werden digital bei uns abgewickelt und gehen direkt in die Kommissionierung. Automatisierung ist für uns ein ganz zentraler Erfolgsfaktor. Wir leben davon, dass wir unsere Kunden schnell und zuverlässig beliefern.“**

## Lebkuchen Schmidt – Traditionsunternehmen mit saisonalem Hochdruck

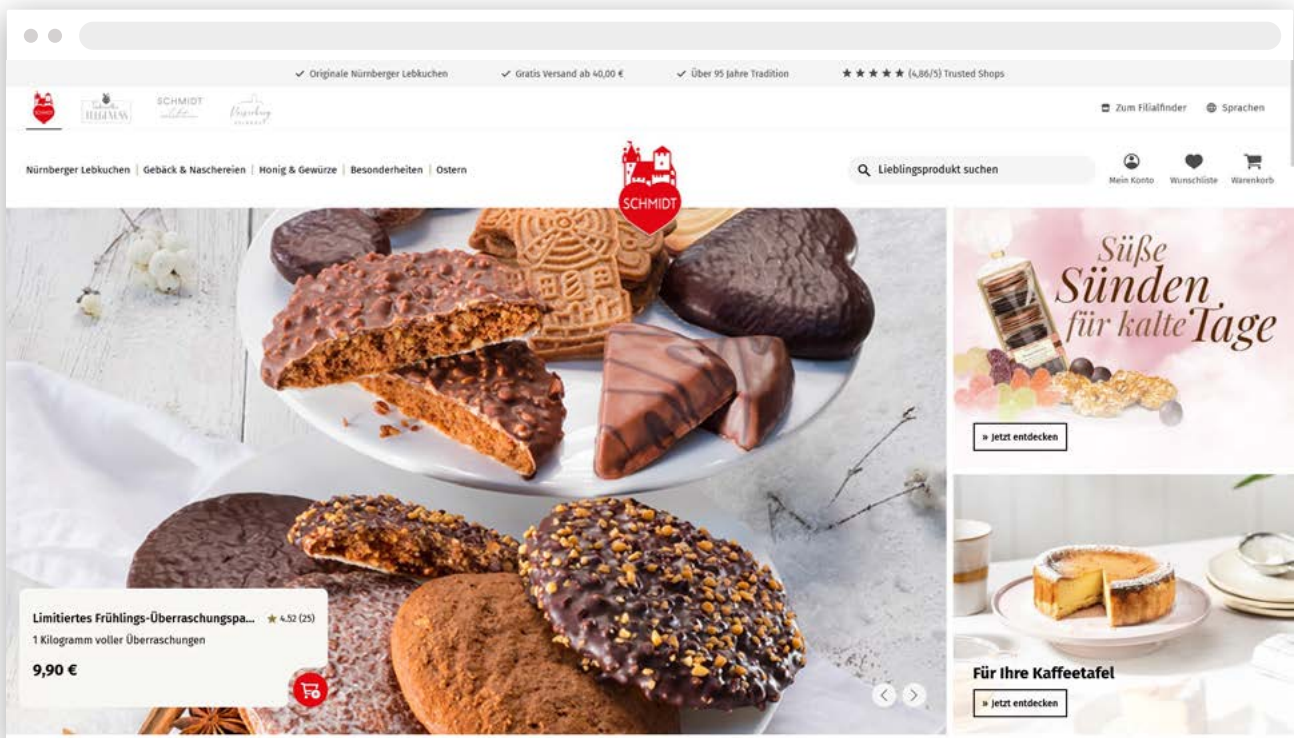
Wenn im Herbst die Temperaturen fallen, steigt bei Lebkuchen Schmidt die Spannung. Die Vorweihnachtszeit ist Hochsaison für den traditionsreichen Hersteller der original Nürnberger Lebkuchen. In dieser kurzen, aber intensiven Phase gehen über den b2c-Shop täglich mehrere tausend Bestellungen ein. Die größte Herausforderung? Die Mengen in kürzester Zeit korrekt und zuverlässig abzuwickeln.

Handarbeit stößt hier schnell an ihre Grenzen. Deshalb setzt das Unternehmen auf ein hochautomatisiertes ERP-System, das auch komplexe Logiken souverän abbildet – von der Auftragsverarbeitung über die Lagerverwaltung bis hin zur Rechnungsstellung. Nur so gelingt es, tausende Versandprozesse täglich zu koordinieren, ohne die Qualität oder Kundenzufriedenheit zu gefährden.

99

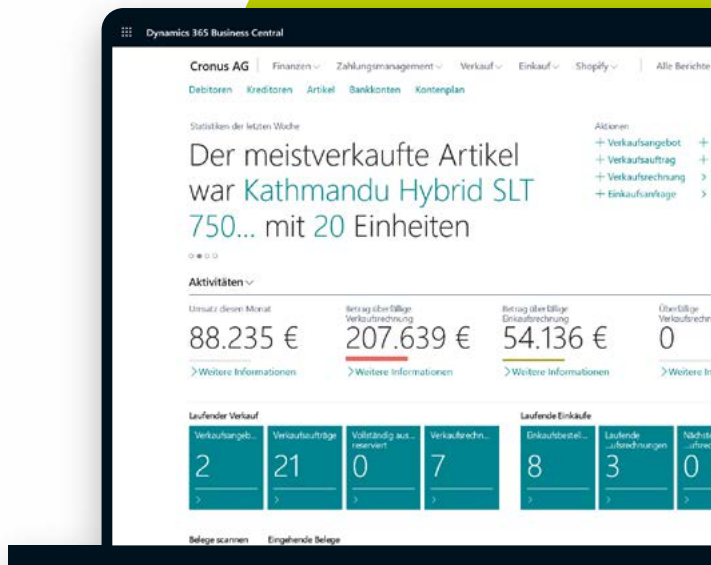
Thorsten Schnetzer, Leiter E-Commerce bei Lebkuchen Schmidt, erklärt:

*„In der Hauptsaison gehen über unseren b2c-Shop bis zu **8.000 Bestellungen am Tag** bei uns ein, die **automatisiert** in unserem **ERP** abgewickelt werden. Bei diesem Volumen wäre es schlichtweg unmöglich, manuell in einem sinnvollen Zeitrahmen zu arbeiten.“*



# So lassen sich integrierte E-Commerce-Prozesse abbilden

Damit ERP-Integration über ein rein theoretisches Konstrukt hinausgeht, braucht es die passende technologische Grundlage. Bei dc setzen wir auf eine leistungsstarke Kombination: Microsoft Dynamics 365 Business Central als zentrales ERP-System, auf das unsere E-Commerce-Plattform dynamic commerce aufsetzt.

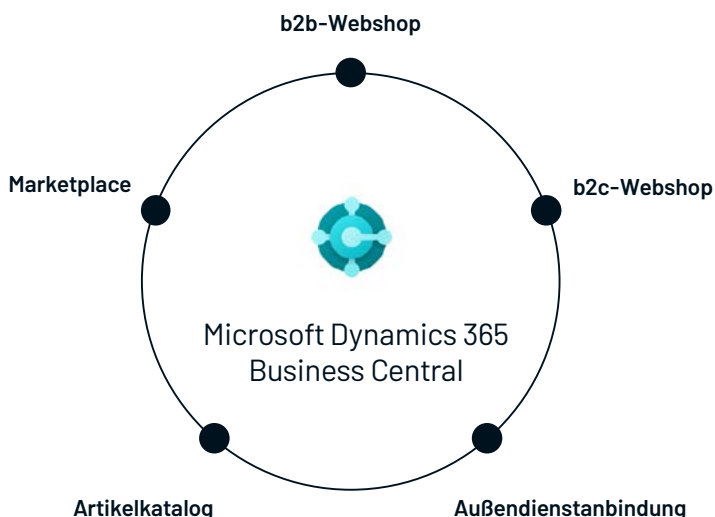


## Microsoft Dynamics 365 Business Central als zentrale ERP-Lösung – die Basis für integrierten E-Commerce

Mit Business Central setzt ihr auf eines der leistungsfähigsten und am weitesten verbreiteten ERP-Systeme im Mittelstand. Die cloudbasierte Lösung vernetzt alle zentralen Unternehmensbereiche miteinander – von Einkauf, Lager und Logistik über Verkauf und Produktion bis hin zur Finanzbuchhaltung. Alles läuft in einem einzigen System zusammen.

Es bildet die Grundlage für eine konsistente, unternehmensweite Datenhaltung – die sprichwörtliche *Single Source of Truth*. Alle Abteilungen und Systeme greifen in Echtzeit auf denselben Datenstand zu.

Darauf aufbauend ergänzt unsere E-Commerce-Plattform **dynamic commerce** die ERP-Architektur passgenau. dynamic commerce wurde speziell dafür entwickelt, E-Commerce-Prozesse direkt im ERP-System abzubilden. Ob b2b-Portal, b2c-Store, Außendienst, Website mit Katalog oder Marktplatz: Alles lässt sich direkt aus Business Central steuern. Ihr pflegt eure Produktdaten an einer Stelle, steuert Bestellungen zentral und bindet neue Vertriebskanäle schnell und sicher an.

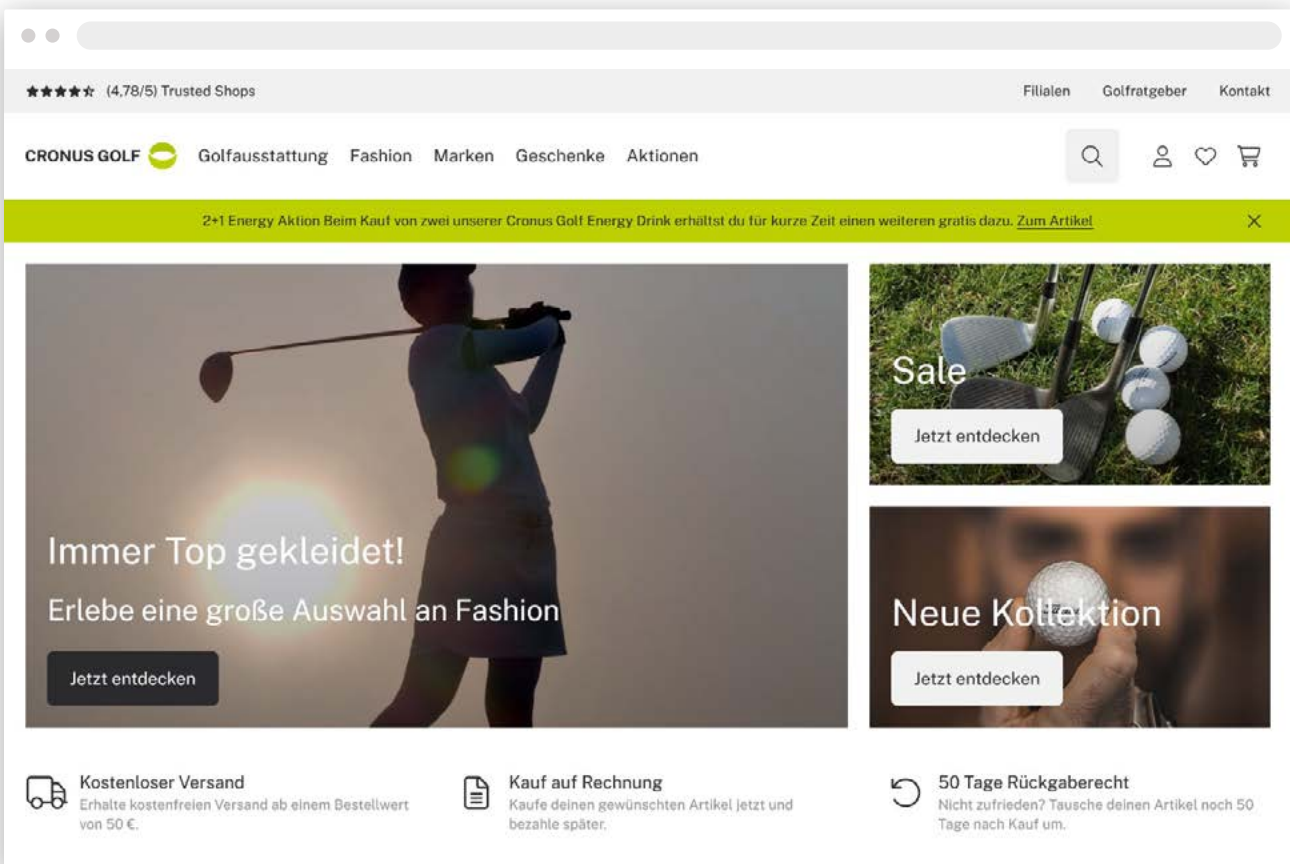


**Eure Vorteile?** Die Plattform ist omnichannel-ready, skaliert international, wird regelmäßig weiterentwickelt (halbjährliche Releases mit neuen Features) und lässt sich perfekt an eure Bedürfnisse anpassen. Damit geht dynamic commerce weit über herkömmliche Shop-Systeme hinaus. Wir sprechen vom E-Commerce-Backoffice direkt im ERP.


Dein kompletter E-Commerce wird aus einem einzigen System gesteuert. Dort pflegst du nicht nur Produktbeschreibungen, Bilder und Videos, sondern bringst auch individuelle Merkmale direkt an den richtigen Ort. Sobald ein Kunde im Webshop bestellt, wandert der Auftrag automatisch ins ERP. Die Zahlung? Egal ob PayPal, Kreditkarte oder Gutscheinkampagne – alles ist integriert und greift ineinander. Während du noch über die nächste Kampagne nachdenkst, hast du sie im System bereits angelegt, durchdacht und mit wenigen Klicks gestartet.

## dynamic commerce


**dynamic commerce** ist kompatibel mit der Business Central Cloud, mit On-Premise-Versionen und mit Dynamics NAV ab 2013. Für Unternehmen, die ihren gesamten E-Commerce aus einer Hand steuern wollen, ist es die ideale Komplettlösung. Mit der Kombination aus Business Central und dynamic commerce holt ihr euch ein Set-up, das nicht nur perfekt integriert ist, sondern auch mit euren Anforderungen wächst. Eine Softwarelösung bildet eure gesamten digitalen Vertriebsprozesse durchgängig ab.



★★★★★ (4,78/5) Trusted Shops Filialen Golfratgeber Kontakt

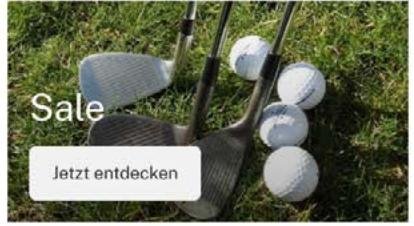
**CRONUS GOLF**  [Golfausstattung](#) [Fashion](#) [Marken](#) [Geschenke](#) [Aktionen](#) 🔍 👤 ❤️ 🛒

2+1 Energy Aktion Beim Kauf von zwei unserer Cronus Golf Energy Drink erhältst du für kurze Zeit einen weiteren gratis dazu. [Zum Artikel](#) ✕




Immer Top gekleidet!  
Erlebe eine große Auswahl an Fashion

[Jetzt entdecken](#)




Sale


[Jetzt entdecken](#)




Neue Kollektion

[Jetzt entdecken](#)

 **Kostenloser Versand**  
Erhalte kostenfreien Versand ab einem Bestellwert von 50 €.

 **Kauf auf Rechnung**  
Kaufe deinen gewünschten Artikel jetzt und bezahle später.

 **50 Tage Rückgaberecht**  
Nicht zufrieden? Tausche deinen Artikel noch 50 Tage nach Kauf um.

## Der Weg zur perfekten Integration



### 1. Projektstart: Anforderungsanalyse & Zieldefinition

Was soll automatisiert werden?  
Welche Systeme sind beteiligt?



### 2. Auswahl der richtigen Technologie

Bei dc setzen wir auf Microsoft Dynamics 365 Business Central als ERP-Grundlage. Darauf aufbauend unser E-Commerce-Framework dynamic commerce.



### 3. Umsetzung & Rollout

Neue Tabellen und Felder einrichten, Datenqualität prüfen und Tests durchführen. Danach schrittweise Live-Schaltung.



### 4. Schulung & Pflege

Mitarbeitende einbinden, Prozesse dokumentieren, Weiterentwicklung planen.

## Einbindung und Umstellung – was kommt auf euch zu?

Die Vorteile einer integrierten ERP- und E-Commerce-Lösung liegen auf der Hand. Doch was bedeutet das konkret für die Umsetzung? Klar ist: Eine saubere Integration braucht Planung und ein realistisches Verständnis für den Aufwand.

Je nach Ausgangslage, Systemlandschaft und Datenqualität kann der Einführungsprozess unterschiedlich lange dauern. In vielen Projekten liegt der Zeitrahmen zwischen drei und sechs Monaten – von der ersten Analyse bis zum Go-live. Allerdings ist die Umstellung nicht als reines IT-Projekt zu verstehen, sondern sie betrifft Prozesse, Abläufe und oft auch das Rollenverständnis im Unternehmen.

Typische Herausforderungen liegen in der Datenmigration, der Prozessabstimmung zwischen Abteilungen und der Akzeptanz bei den Mitarbeitenden. Mit einem erfahrenen Partner an der Seite, klar definierten Zielen und einer strukturierten Projektplanung lässt sich der Übergang jedoch gut steuern.



## Warum dc der richtige Partner ist

Wir denken nicht in Tools, sondern in Unternehmensprozessen. Bei dc arbeiten Entwickler:innen, Berater:innen, UX-Spezialist:innen, Strateg:innen und Kreative Hand in Hand. Gemeinsam mit euch entwickeln wir Lösungen, die zu eurem Unternehmen wie auch zu euren Kunden passen.

Wir wissen: Ein Shop allein bringt wenig, wenn im Hintergrund Prozesse laufen, die weder stabil noch skalierbar sind. Deshalb prüfen wir vorab eure Infrastruktur, Abläufe und eure Anforderungen. Darauf schneiden wir dann ganz individuell unsere Lösungen zu. Unser Ziel ist es, ein System zu schaffen, das euch entlastet, euer Team stärkt und euren Kund:innen einen digitalen Zugang ermöglicht, der reibungslos funktioniert und dabei auch noch gut aussieht.

Unsere Leistungen sind so individuell wie eure Anforderungen. Wir holen nicht einfach eine Lösung aus der Schublade. Wir entwickeln sie mit klarem Fokus und viel Erfahrung mit euch gemeinsam.



## Fazit & Ausblick

ERP-Integration ist kein IT-Projekt. Es ist ein entscheidender Schritt für mehr Effizienz, verlässliche Prozesse und nachhaltiges Wachstum. Wer seine Systeme durchgängig miteinander vernetzt, legt den Grundstein für eine zukunftsfähige Vertriebsstrategie.

Die Beispiele von JAKO und Lebkuchen Schmidt zeigen, wie unterschiedlich die Anforderungen sein können und wie ähnlich die Lösung: ein vollintegriertes, zentral gesteuertes System, in dem alle Daten in Echtzeit zur Verfügung stehen.

Um im digitalen Vertrieb erfolgreich zu bleiben, muss über das Frontend hinausgedacht werden. Nur wenn Prozesse im Hintergrund nahtlos laufen, lässt sich flexibel auf Kundenwünsche, Marktentwicklungen und saisonale Spitzen reagieren. Lasst uns gemeinsam hinschauen, wo es in euren Prozessen, Systemen und Schnittstellen hakt. Und dann Schritt für Schritt aus komplexen, fehleranfälligen Abläufen digitale Prozesse machen, die auch dann standhalten, wenn das Bestellvolumen steigt oder sich euer Geschäftsmodell verändert. Damit euer Onlinegeschäft langfristig verlässlich und belastbar läuft.

# 250+

digital success stories by dc



CODELLO



reusch



killtec®



Eistür

SCHWAN

PÖSSL



MACK & SCHÜHLE



## dc – home of digital success

Wir entwickeln die E-Commerce Plattform dynamic commerce und das Content-Management-System dynamic content. Als Digitalagentur und Beratung für Unternehmensprozesse begleiten wir mittelständische Unternehmen in den Bereichen Consulting, Development, Creation und Marketing.



**Autor: Henri Engels**  
Sales Consultant bei dc AG

Henri Engels bringt umfassende Erfahrung in der ERP-Beratung mit, speziell mit Fokus auf Microsoft Dynamics 365 Business Central. Vom dualen Studium bis zur heutigen Rolle hat er sich auf die Verbindung von ERP-Systemen mit E-Commerce-Plattformen wie dynamic commerce spezialisiert. Er kennt die Herausforderungen hybrider Systemlandschaften und liefert aus seinem Vertriebsalltag mit unterschiedlichen Kunden und Anforderungen praxisnahe Lösungen. Automatisierung, Governance und Integration sind Kernelemente seines Beratungsalltags.

### dc AG

Von-Linde-Str. 11  
95326 Kulmbach

+49 9221 9652-100

info@dc.ag  
www.dc.ag

Follow us:

