

# Webshop Dokumentation

## für ERP-System Partner

V.42

### **Threeway AG**

Badenerstrasse 13  
5200 Brugg

[www.3way.ch](http://www.3way.ch)  
+41 56 460 80 22  
[hakan.erci@3way.ch](mailto:hakan.erci@3way.ch)

## Inhalt

<b>1</b>	<b>Management Summary</b> .....	<b>3</b>
1.1	Zielgruppe dieser Dokumentation .....	3
1.2	Wann sind wir der richtige Partner? .....	3
1.3	Grundfunktionen .....	4
1.4	Budget und Projektart .....	5
1.5	Argumente für die Zusammenarbeit .....	5
1.6	Einsatzmöglichkeiten .....	5
<b>2</b>	<b>Geschäftsfälle</b> .....	<b>6</b>
2.1	Business to Consumer (B2C) .....	7
2.2	Business to Business (B2B) .....	8
2.3	Business to Employee (B2E) .....	9
2.4	Mandanten- und Sortimentsfähigkeit sowie Multiwarenkorb-Lösung .....	10
2.5	Shop-in-Shop .....	11
2.6	Occasionen und Mietmaterial .....	12
2.7	Kurs- und Eventbuchung .....	12
2.8	Konfiguratoren .....	13
2.9	Kundenspezifische Artikeltexte .....	13
<b>3</b>	<b>Datenstruktur</b> .....	<b>14</b>
3.1	Warengruppen .....	14
3.2	Produkt und Artikel .....	14
3.3	Set-Strukturen .....	15
3.3.1	Kopfartikel .....	15
3.3.2	Preisset .....	15
3.3.3	Verkaufsset .....	15
3.3.4	Baugruppe .....	15
<b>4</b>	<b>Systemlandschaft</b> .....	<b>16</b>
4.1	Server16 .....	
4.2	Schnittstellen .....	17
<b>5</b>	<b>Umsysteme</b> .....	<b>18</b>
5.1	Barrierefrei und Altersgerecht .....	18
5.2	CMS-Plattform .....	18
5.3	Printanbindung .....	18
5.4	E-Mailmarketing .....	18
5.5	Hosting .....	19
<b>6</b>	<b>Technologie</b> .....	<b>19</b>
6.1	Technische Grundlagen der Applikationen .....	19
6.2	Standardplattform „InnoWAYtor®“ .....	19
6.3	Portal- und mandantenfähig sowie mehrsprachig .....	20
6.4	OpenSource .....	20
6.5	Barrierefrei .....	20
<b>7</b>	<b>Threeway AG</b> .....	<b>21</b>
<b>8</b>	<b>Projektteam</b> .....	<b>22</b>
8.1	Ihr Ansprechpartner .....	22
<b>9</b>	<b>Weitere Unterlagen</b> .....	<b>24</b>
<b>10</b>	<b>Schlusswort</b> .....	<b>24</b>

## 1 Management Summary

### 1.1 Zielgruppe dieser Dokumentation

Diese Dokumentation richtet sich an ERP-Systempartner und beinhaltet die grundlegenden Informationen zu der Shop-Lösung, der Umsysteme und zur Threeway AG.

### 1.2 Wann sind wir der richtige Partner?

Wenn die Bedürfnisse eines Kunden mit einer Standard- oder OpenSource-Lösung nicht abgedeckt werden können. Wir sind der richtige Partner, wenn der Kunde spezielle Anforderungen hat. Diese könnten sein:

- Umfangreiche Frontend-Funktionalitäten
- Kundenspezifisches Frontend-Design
- Verschiedene Handelskanäle mit derselben Installation abbilden
- Konfiguratoren
- Preisfindung im WEB-Shop berechnet
- Volumen- und Gewichtabhängige Lieferkostenberechnungen
- WEB-API-Schnittstellen und RSS-Feeds z.B. in Newslettersysteme
- Barrierefrei auf dem Niveau AA+ zertifiziert.
- das Abbilden von Handelsketten (z.B: B2B2C oder B2B2E) ist mit derselben Installation möglich.
- die SEO-Steuerung erlaubt die SE-Indexierung von Teilsortimenten unter der entsprechenden URL auf derselben Installation
- Integration von intelligenten Suchalgorithmen wie FactFinder oder CONTEXTITY
- Attributverwaltung auf Warengruppen und Artikeln mit Vererbung
- Kursverkauf mit Durchführungsgarantie, Wartelisten, Kurs-Modul-Klasse-Termin – Struktur, freie Plätze, max. Plätze, etc.
- Multiwarenkorb (z.B. pro Sortiment ein Warenkorb mit unterschiedlichen Mindestbestellmengen, Lieferkonditionen, etc.).  
Jeder Teil-Warenkorb kann im Post-Order-Prozess an unterschiedliche ERP-Systeme oder – Mandanten gesendet werden.  
Wahlweise kann man dem Besteller die Aufteilung zeigen oder auch erst im Post-Order-Prozess verarbeiten.
- verschiedene MWSt-Sätze im Warenkorb die auch auf die Lieferkosten aufgeschlüsselt werden können
- Online-Payment Business – Integration (nicht nur Terminal).
- Shop-in-Shop – System (Ursprung: erste 500 Händler-Shops von brack.ch)
- Gutscheine und Gutschriften mit unterschiedlichster Ausprägung

Unsere Kunden profitieren von 26 Jahren Webshop- und Projekt-Erfahrung. Nicht selten eröffnen wir dem Kunden mit unseren Ideen neue Geschäftsbereiche und Absatzkanäle.

### 1.3 Grundfunktionen

Die Grundfunktionen auf einen Blick (alle barrierefrei, zertifiziert auf Niveau AA+):

<b>Geschäftsfälle:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• B2B</li> <li>• B2C</li> <li>• B2E</li> <li>• B2B2C oder B2B2E</li> <li>• Shop-in-Shop</li> <li>• Multisortiment</li> <li>• Multiwarenkorb</li> <li>• Barrierefrei auf dem Niveau AA+</li> <li>• Kurse und Veranstaltungen</li> </ul>	<b>Sortiment:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mehrsprachigkeit</li> <li>• Kopfartikel</li> <li>• Stücklistenartikel</li> <li>• Up-/Cross-Selling</li> <li>• obligatorisches und fakultatives Zubehör</li> <li>• Lagerbestand</li> <li>• Kursangebot</li> <li>• Mandanten</li> <li>• Sortimente</li> <li>• Attributverwaltung auf Warengruppen und Artikeln mit Vererbung</li> </ul>
<b>Preisfindung:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rabattierung</li> <li>• Staffelpreise (auch assortiert)</li> <li>• Preisset</li> <li>• Verkaufssset</li> <li>• Baugruppe</li> <li>• Fremdwährungen</li> <li>• gemischte MwSt.-Sätze im selben Warenkorb</li> </ul>	<b>Suche</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Stichwort</li> <li>• Fazzetiert für Suche (erweiternd) und Filter (einschränkend)</li> <li>• Intelligent (FactFinder, CONTEXTITY)</li> </ul>
<b>Fracht- und Lieferkostenberechnung</b>	<b>Konfigurator und Kunden-Artikelspezifische Texte</b>
<b>Zahlungsarten</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Onlinepayment (Postfinance, Worldline, Datatrans, Payrexx)</li> <li>• Offline (Bar bei Abholung, Rechnung, Vorauskasse, etc.)</li> <li>• Abhängigkeiten von Kreditlimite oder Online-Kreditprüfung bei Creditreform</li> </ul>	<b>Print- und Newsletter – Schnittstellen, SEO</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• SEO: Indexierung von Teilsortimenten unter der entsprechenden URL</li> <li>• dynamisches Remarketing</li> </ul>
<b>Umsysteme</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• komplette Integration in TYPO3-CMS-Projekte</li> <li>• E-Mailmarketing und Marketingautomation mit EVALANCHE</li> <li>• Channable- und adere Portal-Exporte</li> </ul>	

## 1.4 Budget und Projektart

Wir setzen Projekte basierend auf dem Standardprodukt InnoWAYtor® um. Die Lösung wird seit 1996 laufend weiterentwickelt.

Unsere „normalen“ Projekte bewegen sich in einem Kostenrahmen zwischen CHF15'000 und CHF80'000. Unsere Lösungen sind auf den Kunden zugeschnitten. Spezialwünsche werden mit einem fairen Preis-/Leistungsverhältnis umgesetzt.

Als technische Webagentur ziehen wir für die grafische Gestaltung Partnerfirmen bei. Häufig arbeiten wir mit der Kommunikationsagentur des Kunden zusammen.

## 1.5 Argumente für die Zusammenarbeit

- Als ERP-Systempartner können Sie sich auf Ihr System und Ihre Technologie konzentrieren. Wir steuern Ihnen mit dem Webshop unser Kerngeschäft bei.
- Das gute Zusammenspiel zwischen ERP-System und Webshop ist ein wichtiger Bestandteil der Kundenbindung.
- Das Angebot einer hochfunktionalen Shop-Lösung, bringt Ihnen als ERP-Partner zusätzliche verrechenbare Leistungen im Bereich Beratung, Modulverkauf und –Konfiguration.

## 1.6 Einsatzmöglichkeiten

Mit dem modularen Aufbau lässt sich die WEB-Shop-Lösung bereits mit der Grundinstallation und den Standardkomponenten den Kundenwünschen entsprechend konfigurieren. Die kundenspezifischen Anpassungen umfassen mindestens folgende Bereiche:

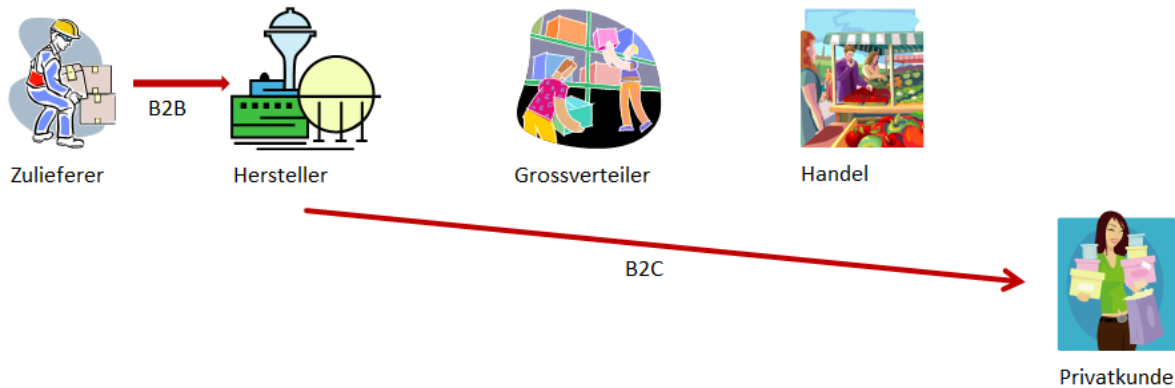
- Grafisches Design
- Spezielle Anforderungen bei der Artikeldarstellung (z.B. Darstellen der Staffelmatrix)
- Preisberechnung
- Fracht- und Lieferkostenberechnung (z.B. aufgrund von Preis, Gewicht, Sortiment, Lieferart, etc.)

## 2 Geschäftsfälle

Ausgehend vom klassischen Handelskanal



können wir mit der Shoplösung verschiedene Varianten davon abbilden. Z.B. das Überspringen von Stufen:



Wenn Stufen übersprungen werden sollen, muss der Verkaufsweg unabhängig vom Lieferweg und dem Geldfluss definiert können. So kann z.B. der Endkunde im E-Shop vom Hersteller einkaufen, wird aber dann via Grossverteiler und Handel beliefert. Die Bezahlung kann direkt an den Hersteller oder auch via Handel und Grossverteiler abgewickelt werden.

Bei einem Verkauf via Handel, muss eine Direktlieferung vom Grossverteiler oder Hersteller möglich sein.

Nachfolgend finden Sie die typischen Businessfälle die alleine oder in Kombination umgesetzt werden können.

## 2.1 Business to Consumer (B2C)



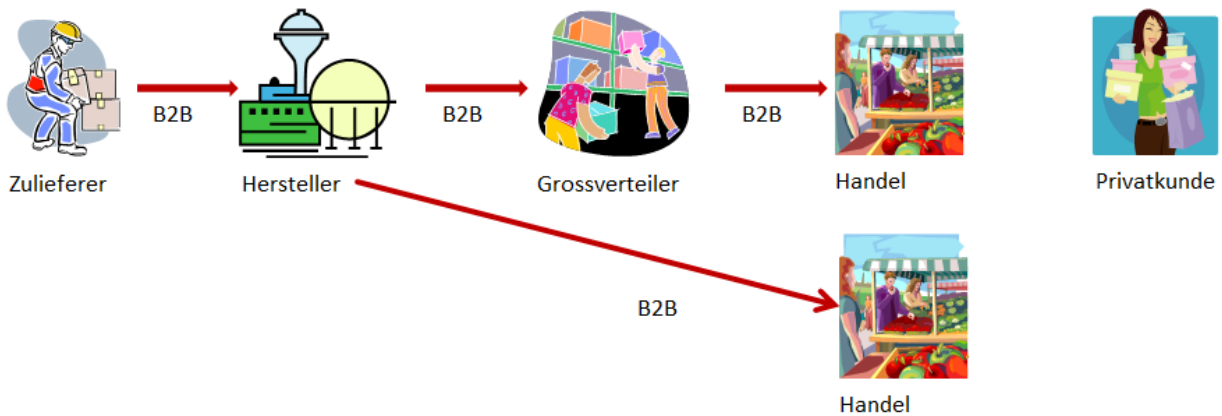
Ja nach Art des Geschäftes kann auch der Handel der Endkunde sein.



Verkauf an den Endkunden. Wichtig sind Merkmalen wie:

- Zum Kundengeschäft passendes Design
- Responsive und mobileoptimierte Designumsetzung
- Barrierefrei und altersgerecht
- Gute Führung durch Navigation, Suche und Filterkriterien
- Staffelpreise, auch assortierte Staffellungen
- Lieferarten und Lieferkonditionen (z.B: was an Lager ist per Express, Rest wenn alles lieferbar)
- Socialmedia Integration
- Suchmaschinenoptimierung
- Dynamisches Remarketing
- Zahlungsvarianten und -modalitäten

## 2.2 Business to Business (B2B)

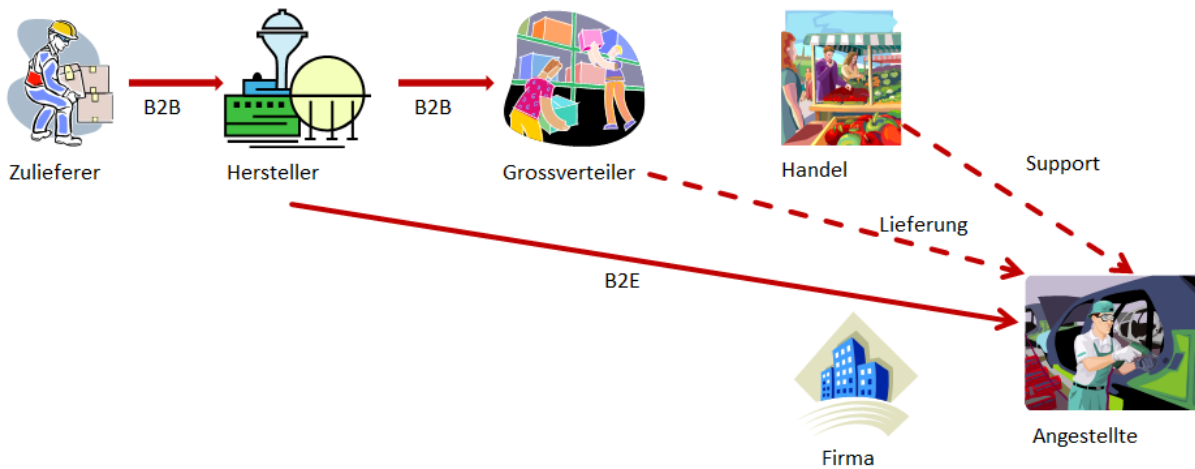


Verkauf an den Zwischenhandel und an Geschäftskunden. Wichtig sind Merkmale wie:

- Login mit Profilbearbeitung
- Preisfindung
- Verfügbarkeiten und Lagerbestände; auch bei Verteilten Lagern
- Teillieferung
- Einkaufslisten anlegen
- Zugriff auf alte Bestellungen
- Neue Bestellung ab Einkaufslisten und alten Bestellungen generieren
- Anzeige von Bestell- und Lieferstatus



## 2.3 Business to Employee (B2E)



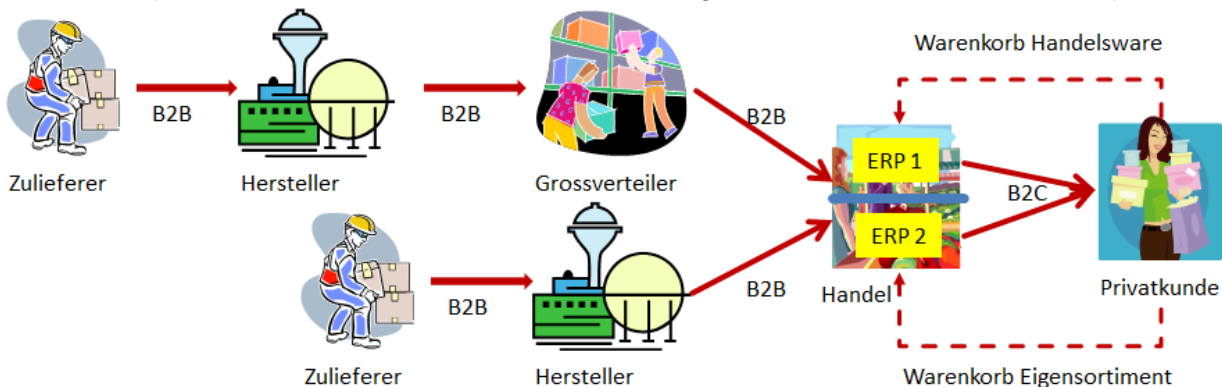
Verkauf an Mitarbeitende der Firma.

Wichtig sind Merkmale wie:

- Sortiment- und Teilsortiment-Zuteilungen
- Preisfindung
- Sammelbestellungen
- Verwalten der Supportadresse (meistens Geschäftskunde)
- Rechnungsadresse = Firma oder Mitarbeitender
- Lieferadresse= Privatadresse oder Firma
- Reporting über Bestellungen der Angestellten durch Firma

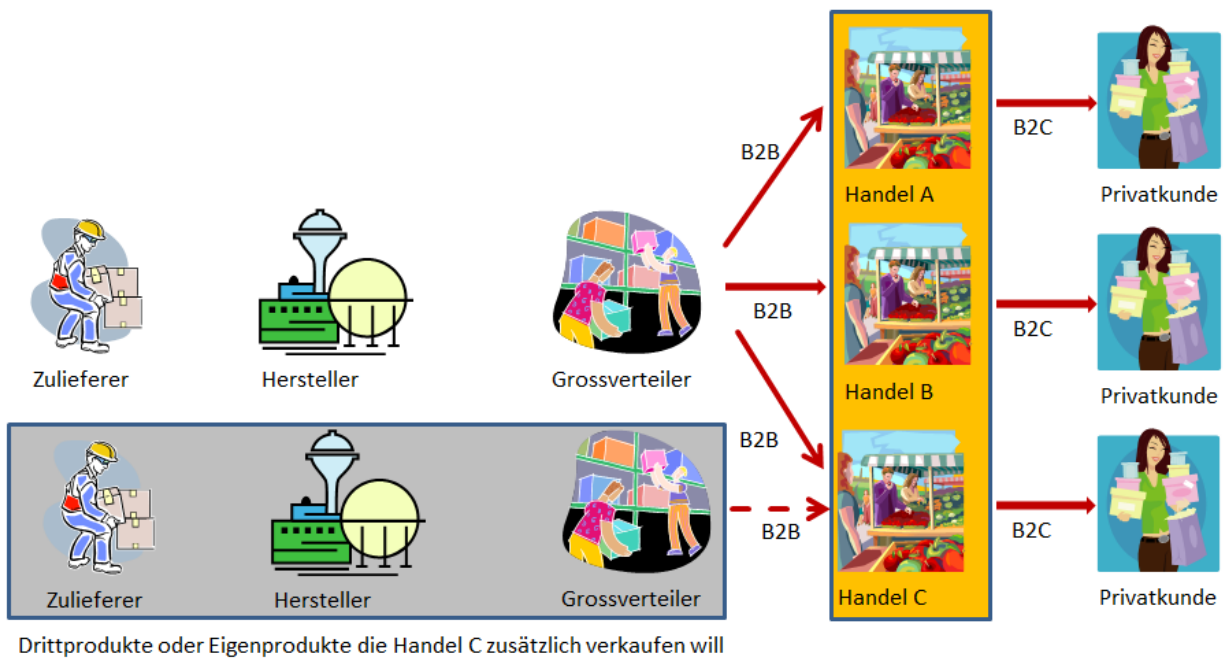
## 2.4 Mandanten- und Sortimentsfähigkeit sowie Multiwarenkorb-Lösung

Diese 3 Optionen sind ein wichtiger USP der InnoWAYtor® E-Shoplösung.  
Mit diesen Optionen lassen sich viele Kombinationsmöglichkeiten umsetzen. Zum Beispiel:



Der Shopbetreiber, hier der Handel, verwaltet ein Eigensortiment und Handelsware in 2 verschiedenen ERP-Mandanten. Der Endkunde soll davon nichts mitbekommen. Muss aber Wissen, dass er bei gemischten Bestellungen unterschiedliche Lieferkonditionen hat. D.h. die Artikel werden im Shop für die Suche, Filter, Listen, etc. zusammengeführt. Beim Einfügen in den Warenkorb, werden die Artikel in separate Warenkörbe aufgeteilt. Die Warenkörbe werden zusammen mit einem gemeinsamen Total angezeigt. Jeder Warenkorb hat seine eigenen Lieferbedingungen (Mindestbestellmenge, Volumenrabatt, etc.). Nach Abschluss der Bestellung bekommt der Kunde eine Quittung. Die beiden Warenkörbe laufen getrennt in die beiden Mandanten der ERP-Mandanten.

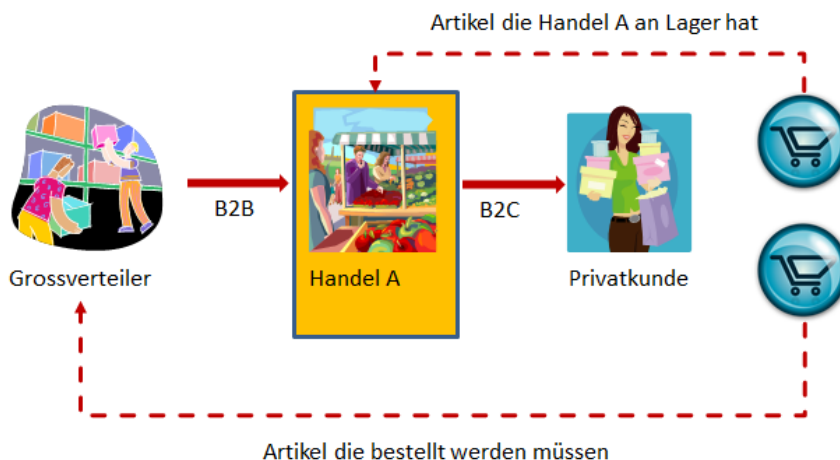
## 2.5 Shop-in-Shop



Mit einer Shop-in-Shop Architektur, kann der Shopbetreiber, in diesem Fall der Hersteller seinen Händlern eine Shoplösung zur Verfügung stellen in der die Endkunden via Händler bestellen können. Dabei hat der Endkunde das Gefühl sein Händler sei der Shopbetreiber.

Wichtig sind Merkmale wie:

- Preisfindung für Handel. Jeder Händler will seinen Kunden seine eigenen Preise anbieten
- Handhabung von „end of life“-Artikeln die der Grossverteiler nicht mehr liefert, der Händler aber noch an Lager hat
- Handhabung von Preisänderungen vom Grossverteiler
- Verwaltung von Drittprodukten durch den Handel
- Layoutanpassungen durch den Handel
- Redaktionelle Inhalte verwalten
- Logik für Bestellprozess



## 2.6 Occasionen und Mietmaterial



Bei Occasionen und Mietmaterial ist der Lagerbestand immer 0 oder 1. Beim Mietmaterial muss der Artikel im Warenkorb mit zusätzlichen Daten versehen werden (Mietdatum, Dauer, etc.). Häufig müssen für Mietmaterial spezielle AGB's akzeptiert werden.

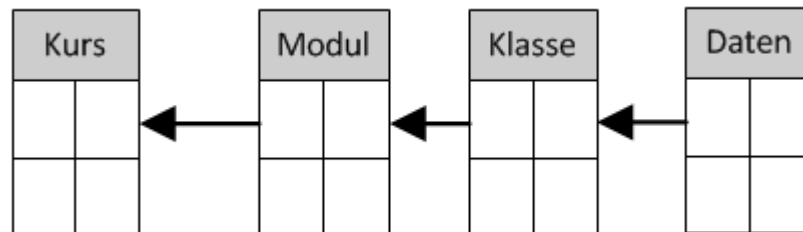
Zu beachten sind die Möglichkeiten von gemischten Bestellungen die Handelsware, Occasionen und Mietartikel im selben Warenkorb enthalten können. Alternativ bietet das Multiwarenkorbssystem auch eine Aufteilung in verschiedene Warenkörbe die im Backend separat verarbeitet werden können.

## 2.7 Kurs- und Eventbuchung



Kurse und Events können in derselben Datenstruktur wie Produkte verwaltet werden. Durch die Angabe verschiedener Layout Parameter kann die Darstellung entsprechend gesteuert werden. Dies ermöglicht ein Cross-Selling zwischen Produkten und Kursen wie z.B. „Bücher zum Kurs“ oder „Schulung zum Produkt“.

Wir gehen von folgender Kursstruktur aus:



Für den Verkauf von Kursen und Events sind folgende Attribute zu beachten:

- Kursbeschreibung: [Kurs]
- Modulbeschreibung: [Modul]
- Ort, Datum, Zeit: (ggf. mehrere verschiedene) [Klasse], falls vorhanden [Daten]
- Max. Anzahl Plätze: [Klasse]
- Anzahl freie Plätze: [Klasse]
- Minimal zu besetzende Plätze: [Klasse]
- Durchführungsgarantie: [Klasse]
- Wartelisten: [Klasse]
- Leiter / Lehrperson: [Klasse], falls vorhanden [Daten]

## 2.8 Konfiguratoren

Reichen die normalen Suchsysteme nicht, können spezialisierte Konfiguratoren den Shopbesucher bei der Zusammenstellung seiner Bestellung unterstützen.

Das reicht von einfachen Artikelabhängigkeiten bis zur komplexen Gesamtsystemberechnung mit Vorschlägen von verschiedenen Lösungsansätzen.

Wärmeerzeuger / Art	Primärtemp./°C	Leistung/kW	Inhalt/Liter
H1 <input type="text" value="Gusskessel"/>	0	1200	1800 <input type="checkbox"/>
H2 <input type="text" value="Stahlkessel"/>	0	500	1250 <input type="checkbox"/>
H3 <input type="text" value="Auswählen..."/>			<input type="checkbox"/>
H4 <input type="text" value="Auswählen..."/>			<input type="checkbox"/>
H5 <input type="text" value="Auswählen..."/>			<input type="checkbox"/>
<b>Wärmeerzeuger gesamt</b>		1700	3050

Verbraucher	Anteil %	Leistung/kW	Inhalt/Liter
Gussradiatoren	20	340	3910 <input type="checkbox"/>
Stahl-Röhrenradiatoren	40	680	10200 <input type="checkbox"/>
Plattenheizkörper	0	0	0 <input type="checkbox"/>
Konvektoren	60	1020	4080 <input type="checkbox"/>
Lüftungsanlagen	0	0	0 <input type="checkbox"/>
Fussbodenheizung	0	0	0 <input type="checkbox"/>
<b>Heizflächen-Verteilung gesamt</b>	120	2040	18190
Sonstiges, z.B. Wärmespeicher		$V_{SP}$	120
Fernleitungen		$V_F$	0
<b>Verbraucher gesamt</b>		$V_{Ver}$	18310
<b>Anlage gesamt</b>		$V_A$	21360
<b>Wärmeleistung</b>		$Q_A$	1700 kW
<b>Wasserinhalt</b>		$V_A$	21360 Lit

## 2.9 Kundenspezifische Artikeltexte

Der einfachste Fall eines kundenspezifischen Artikeltextes ist der Gravur Text für einen Kugelschreiber.

Bedeutend komplexer ist der Artikeltext im Warenkorb bei der Bestellung einer Identitätskarte. Auch eine Kursanmeldung erfordert ggf. für jeden Kurs detaillierte Angaben über vergangene Ausbildungen.

### Angaben zur Berufsbildung

Grundausbildung als \* :   
 Zweitausbildung als :   
 Lehrzeit von/bis \* :  -   
 Lehrbetrieb \* :   
 LAP Ort \* :  Jahr:

### Erworbene Abschlüsse bis zum Jahr 2009

Vorarbeiter SMGV :  Ja  Nein - Jahr:   
 Polier (Malerpolier) :  Ja  Nein - Jahr:   
 Polier (Gipserpolier) :  Ja  Nein - Jahr:   
 Tapezierer VST :  Ja  Nein - Jahr:

## 3 Datenstruktur

### 3.1 Warengruppen

Die rekursiv aufgebaute Warengruppenstruktur ermöglicht eine beliebig tiefe Hierarchie. Jede Warengruppe kann mehreren anderen Warengruppen untergeordnet werden. So kann z.B. eine neue Warengruppe zugleich unter den „Neuigkeiten“ als auch an entsprechender Stelle in der Warengruppenhierarchie zugeteilt werden.

Jeder Warengruppe kann mit beliebig vielen Attributen beschrieben werden. Jedes Attribut kann:

- einer Attributgruppe zugewiesen werden
- einem Attributtyp zugewiesen werden
- mehrsprachig beschrieben werden
- mit einem Dokument (Bild, PDF, etc.) versehen werden

Die zugeteilten Attribute lassen sich auf die untenliegenden Stufen vererben. D.h. je weiter man in der Warengruppenhierarchie nach unten geht, desto genauer wird die Gruppe beschrieben ohne dass Daten redundant gepflegt werden müssen.

Einer Warengruppe können keine, eines oder mehrere Produkte und Artikel zugeordnet werden.

### 3.2 Produkt und Artikel

Als Produkt bezeichnen wir eine Gruppe von ähnlichen Artikeln. Dem Produkt werden die Attribute, Beschreibungen und Dokumente zugewiesen, die für alle zugeteilten Artikel gültig sind. Bei jedem zugeteiltem Artikel müssen so nur noch die Differenzen zu den anderen Artikeln zugewiesen werden (z.B. Farbe, Grösse, Länge, Gewicht, etc.). Der Preis wird auf dem Artikel definiert.

Je nach Einsatz von Set-Strukturen (Preisset, Verkaufset, Baugruppen) kann auch das Produkt mit einem Preis versehen und als Kaufeinheit zur Verfügung gestellt werden.

Jedes Produkt und jeder Artikel können mit beliebig vielen Attributen beschrieben werden. Jedes Attribut kann:

- einer Attributgruppe zugewiesen werden
- einem Attributtyp zugewiesen werden
- mehrsprachig beschrieben werden
- mit einem Dokument (Bild, PDF, etc.) versehen werden

### **3.3 Set-Strukturen**

#### **3.3.1 Kopfartikel**

Ein Kopfartikel ist ein Produkt mit Bezeichnung und Beschreibung aber ohne Preis. Der Kopfartikel kann nicht gekauft werden und hat auch keinen Lagerbestand. Dem Kopfartikel werden die käuflichen Artikel zugeordnet.

#### **3.3.2 Preisset**

Ein Preisset ist ein Produkt mit Bezeichnung und Beschreibung und mit einem Preis. Das Preisset kann gekauft werden, hat aber keinen Lagerbestand. Dem Preisset werden käufliche Artikel zugeordnet deren Menge im Warenkorb angepasst werden kann. So kann z.B. ein Tisch mit 4 Stühlen zu einem Setpreis angeboten werden; beim Kauf dann der Käufer aber 2 weitere Stühle hinzufügen. Der Gesamtpreis setzt sich aus dem Set-Preis plus die beiden zusätzlichen Stühle zusammen.

In der Lagerverwaltung werden die einzelnen Artikel abgebucht.

#### **3.3.3 Verkaufset**

Ein Verkaufset ist ein Produkt mit Bezeichnung und Beschreibung und mit einem Preis. Das Verkaufset kann gekauft werden und hat einen Lagerbestand. Dem Verkaufset werden Artikel zugeordnet die nicht separat erhältlich sind. So kann z.B. eine Promo-Aktion mit PC, Monitor, Tastatur und Maus als Bundle angeboten werden.

In der Lagerverwaltung wird das Verkaufset abgebucht.

#### **3.3.4 Baugruppe**

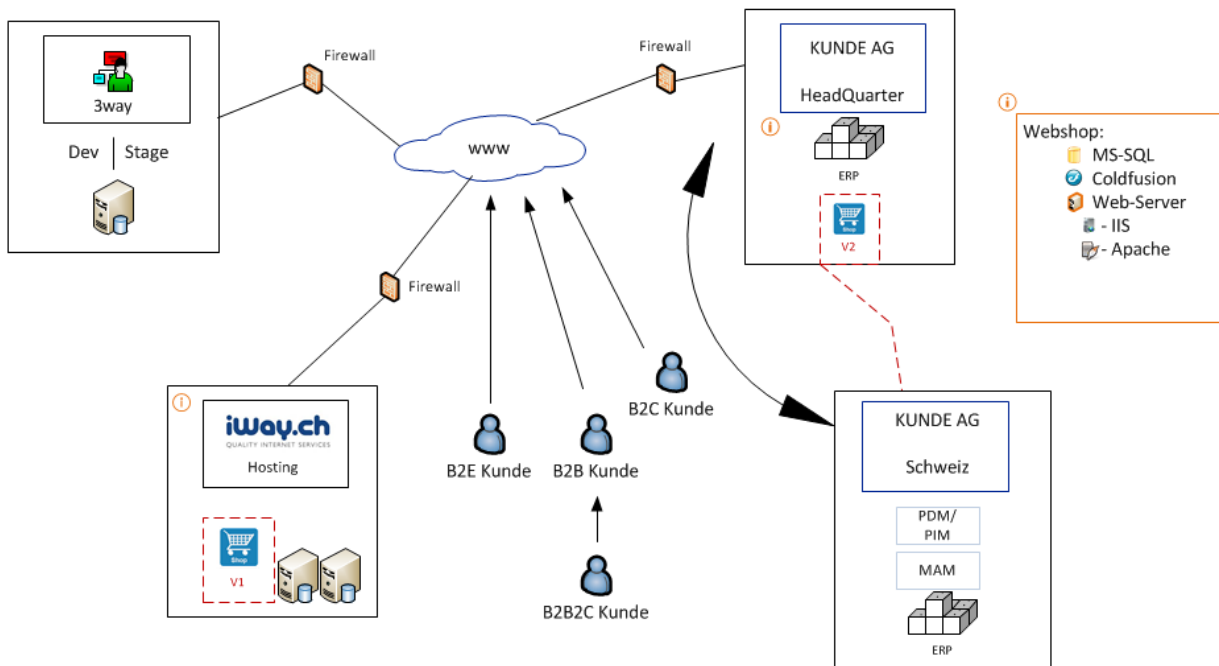
Einer Baugruppe ist eine Stückliste hinterlegt.

## 4 Systemlandschaft

### 4.1 Server

Um eine zweckmässige Integration des Webshops in die Unternehmung zu gewährleisten, müssen unterschiedliche Schnittstellen zu verschiedenen Systemen beachtet werden.

Die folgende Grafik zeigt eine typische Systemlandschaft einer europaweit tätigen Handelsunternehmung auf:





## 4.2 Schnittstellen

Der Dreh- und Angelpunkt jedes Webshop-Projektes sind die Schnittstellen. Wünschenswert wäre, wenn alle notwendigen Daten im ERP-System verwaltet werden könnten. Häufig ist dies aber nicht der Fall. So müssen die Daten für den Webshop aus verschiedenen Systemen zusammengezogen und kombiniert werden.

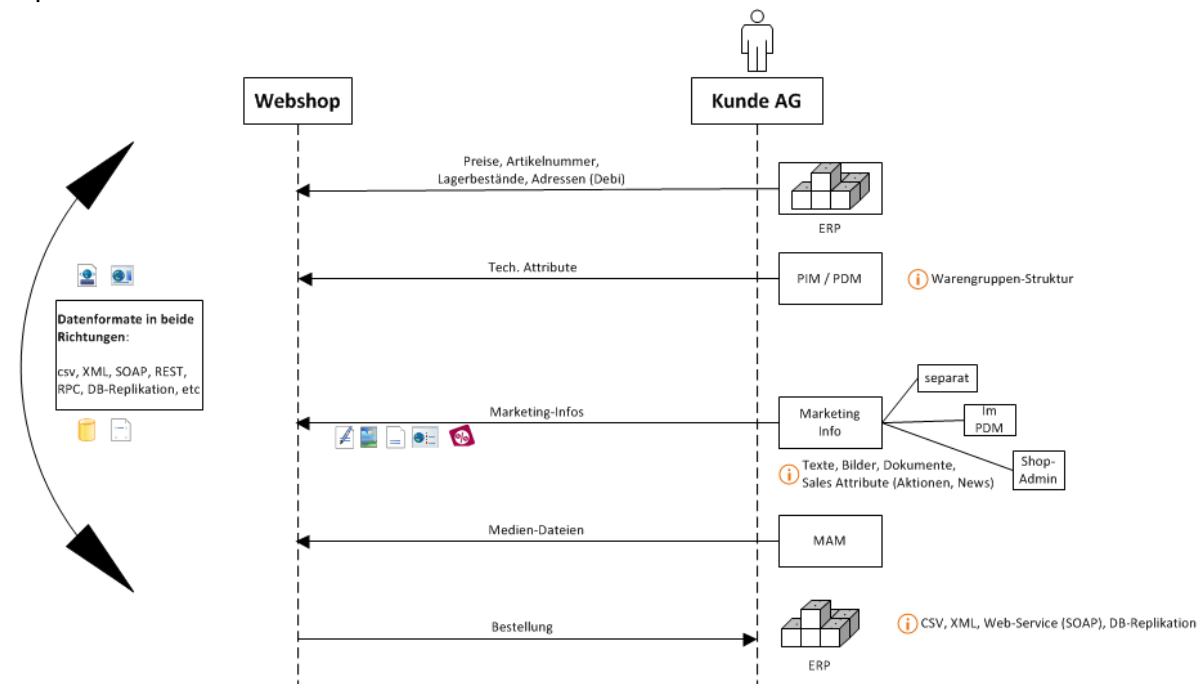
Eine typische Aufteilung:

Das **ERP**-System liefert Produktinformationen wie Preise, Artikelnummer, Lagerbestände, Debitorendaten, etc. Ergänzend dazu liefert das **PDM oder PIM** die Warengruppen-Struktur, alle technischen Attribute und die Artikelbeschreibungen. Vom MAM bezieht der Webshop die Mediendaten (Bilder, Filme, etc.).

Strukturartikel sowie z.B. Up- und Cross-Selling Informationen werden entweder im ERP oder im PIM verwaltet; bei preisrelevanten Strukturen eher im ERP.

Handelswaren-Sortimente können direkt vom Produzenten bezogen. Damit kann im Webshop ein komplettes Sortiment angezeigt werden, ohne dass alle Artikel im ERP-System eröffnet werden müssen. Diese werden erst beim Eingang einer Bestellung angelegt.

Die Bestellungen werden vom Webshop für den ERP-Import bereitgestellt und mittels Schnittstelle importiert.



## 5 Umsysteme

Rund um den Shop bietet die Threeway AG weitere Module und Funktionalitäten die bei Bedarf umgesetzt werden können.

### 5.1 Barrierefrei und Altersgerecht

Unsere Applikationen können auf der Stufe AAA zertifiziert werden. In der Schweiz wird als höchste Stufe in der Regel AA+ gewählt. Wichtig ist, dass bereits beim Projektstart die Zertifizierung definiert wird. Nebst den besonderen Funktionalitäten müssen auch beim Design und bei den Inhalten spezielle Regeln eingehalten werden. Wir arbeiten eng mit den Stiftungen „Zugang für alle“ und mit „insieme Schweiz“ zusammen.

### 5.2 CMS-Plattform

Möchte der Shop-Betreiber nebst den Artikellisten und –Details zusätzlich Informationen über die Sortimente und die Firma Darstellen, stehen Ihm mit TYPO3 und InnoWAYtor® zwei CMS-System zur Verfügung. CMS und der Shop lassen sich optimal kombinieren.

### 5.3 Printanbindung



Eine spezielle Schnittstelle ermöglicht den Export der Artikeldaten in die Druckvorstufe. Mit Systemen wie „Stämpfli LayoutBox®“ lassen sich damit direkt ab der Shopdaten Printprodukte erzeugen.

### 5.4 E-Mailmarketing



Um die Kunden wirkungsvoll und Regelmässig zu Informieren und gewinnbringende Kampagnen zu fahren bieten wir mit „Evalanche“ ein umfangreiches Mailsystem an.

## 5.5 Hosting

Für das Hosting empfehlen wir normalerweise die Firma iway.ch ([www.iway.ch](http://www.iway.ch)). Wir arbeiten seit 1996 erfolgreich mit iway zusammen. Nebst den Systemkenntnissen besitzt iway.ch auch ein grosses Applikationswissen im Bereich ColdFusion/Lucee und MS-SQL-Datenbanken. Dieses Wissen garantiert uns und damit unseren Kunden eine hohe Qualität der Dienstleistung die über das normale „Hosting und Providing“ hinausgeht.

Falls Sie die Provider-Leistungen selber anbieten oder einen anderen Partner vorziehen, installieren wir die Lösung bei Ihnen oder Ihrem Partner. Dabei gibt es 2 Systemvoraussetzungen die erfüllt sein müssen:

- Datenbank: MS-SQL
- Applikationssprache: ColdFusion (Adobe)

## 6 Technologie

### 6.1 Technische Grundlagen der Applikationen

Zur Realisierung unserer Applikationen setzen wir Standardkomponenten ein. Damit stellen wir die Qualität der Lösungen und Interoperabilität mit anderen Systemen sicher. Der Einsatz von gängigen Werkzeugen hat auch den Vorteil, dass die Applikation unter Umständen von einer anderen Agentur weiter betrieben und ausgebaut werden kann.

Folgende Technologien kommen zum Einsatz:

- Application-Server: ColdFusion von Adobe oder Lucee (beide JAVA)
- Strukturierung der Applikation erfolgt gemäss „FuseBox“ ([www.fusebox.org](http://www.fusebox.org))
- CSS-Framework: Bootstrap
- JavaScript-Framework: jQuery ([jquery.com](http://jquery.com))
- Datenbank: MS-SQL (mit Anpassungen auch Oracle)
- Performancemessung und- Optimierung: YSlow, PageSpeed Insights und W3C-Validator

Mit diesem Hintergrund können sich auch neue Mitarbeitende effizient in unsere Applikationen einarbeiten.

### 6.2 Standardplattform „InnoWAYtor®“

Die Standard WEB-Plattform „InnoWAYtor®“ ist ein auf Modularität und Offenheit konzipiertes System. Dieses bildet die Grundlage aller WEB-Applikationen der Threeway AG.

Durch den regelmässigen Einsatz in verschiedenen Geschäftsbereichen unterliegt die Plattform einer ständigen Prüfung der Sicherheit und Zuverlässigkeit aus verschiedenen Gesichtspunkten.

Vor allem von unseren Kunden und Partnern im Finanz- und Justizbereich wird die Sicherheit (Datenschutz, Stabilität, etc.) regelmässig geprüft. Untern anderen:

- SIX Card Solutions AG
- Kanton Aargau ([covid19-ag.ch](http://covid19-ag.ch))
- Schweizerische Rettungsflugwacht Rega ([rega.ch](http://rega.ch))

### 6.3 Portal- und mandantenfähig sowie mehrsprachig

Die Plattform und damit alle eingesetzten Module sind portal- und mandantenfähig sowie mehrsprachig. Die strikte Trennung von

- Design
- Funktionalität
- Content (Inhalte aller Module wie CMS, Shop, Event, etc.)
- sprachneutrale Texte
- sprachabhängige Texte

ermöglicht den effizienten Ausbau der Lösung in verschiedenen Richtungen wie z.B:

- B2B (Business to Business)
- B2C (Business to Consumer)
- B2E (Business to Employee)
- Shop-in-Shop
- Teilsortimente mit anderem Design
- Multiwarenkorb-Lösungen
- etc.

Weder die Modul-, die Umsetzungs- noch die Betriebskosten sind vom Umfang der Inhalte abhängig. Mit der Mandantenfähigkeit können mehrere WEB-Shops auf demselben System und damit in derselben Umgebung laufen. Dadurch können die Erstellungs- und Betriebskosten tief gehalten werden und zudem ist die Verwaltung der Inhalte sehr effizient.

### 6.4 OpenSource

Die Standard WEB-Plattform „InnoWAYtor®“ ist ein auf Modularität und Offenheit konzipiertes System. Dieses bildet die Grundlage aller WEB-Applikationen der Threeway AG.

Die Applikation ist nicht „OpenSource“. Es besteht jedoch die Möglichkeit den SourceCode zu hinterlegen (z.B. Escrow Agreement).

„Nicht OpenSource“ heisst auch sehr sicher, da potentielle Sicherheitslücken nicht bekannt sind, weil der Code nicht öffentlich ist. Daher wird unsere Lösung auch von Kunden in Bereichen hoher Sicherheitsanforderungen wie z.B. Justizvollzug, Kanton Aargau oder als Intranet/Extranet (z.B. Lehrmittellogistik der Klubschule Migros) von Firmen eingesetzt.

### 6.5 Barrierefrei

Der Webshop ist barrierefrei und auf dem Niveau AA+ von der Stiftung Access4all zertifiziert.



## 7 Threeway AG

Die Threeway AG ist eine WEB-Agentur für Kommunikationssysteme. Die Firma wurde 1996 als Spin-off der damaligen HTL-Brugg-Windisch (jetzt FHNW) gegründet.



Als Partnerfirma des Technopark Aargau sind wir für eine hohe technische Kompetenz und grosse Innovationsbereitschaft ausgezeichnet.

Das Team realisiert die Projekte mit viel Engagement und Verantwortungsbewusstsein. Nur so können wir als kleiner KMU langfristig auf dem Markt bestehen. Unsere langjährigen Mitarbeitenden bringen mit grosser Kontinuität viel Erfahrung in die Projekte ein.

Wir realisieren und betreiben webbasierte Datenbank-Lösungen in den Bereichen

- Corporate-WEB-Sites, Intranet und Extranet mit CMS
- WEB-Shops mit ERP-Anbindungen
- E-Mailmarketing- und Marketingautomations-Projekte
- Massgeschneiderte Web-Applikationen für komplexe Anwendungen

Die Shop-Lösungen bilden den grössten Bereich, gefolgt von den CMS-Lösungen und den E-Mailmarketing-Projekten.

Vorteile für Sie und Ihre Kunden

- Langjährige Mitarbeitende sorgen für Konstanz und Kontinuität in den Projekten.
- Unser Bestreben das Kundengeschäft zu verstehen und mit Innovationen zu erweitern, sorgt für die Werterhaltung und die laufende Wertvermehrung der Projekte
- Der hoher Qualitätsstandard bietet die Grundlage für einen stabilen Betrieb der Lösung
- Die ständige Kontaktpflege zu Kunden und Partnern sorgt für einen verständnisvollen Umgang unter den Projektpartnern (Kunde, Grafiker, Provider, Entwicklern, Projektleitern, etc.)

## 8 Team

### 8.1 Ansprechpartner

**Hakan Erci**, Geb. 26. Okt. 1967

Dipl. Informatik Ing. FH, Abschluss 1991 in technischer Informatik an der HTL Brugg-Windisch

Teilhaber und Geschäftsführer der Threeway AG seit 1996

Mail: [hakan.erci@3way.ch](mailto:hakan.erci@3way.ch)

Telefon: +41 (56) 460 80 22

Mobile: +41 (79) 404 23 52

 <https://www.linkedin.com/in/hakan-erci-threeway/>

 [www.xing.com/profile/Hakan\\_Erci](http://www.xing.com/profile/Hakan_Erci)

 [www.facebook.com/hakan.erci](http://www.facebook.com/hakan.erci)

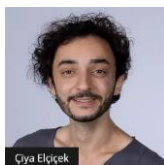


Hakan Erci

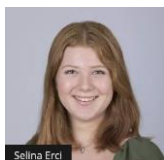
Tätigkeiten für die ICT-Berufe in der Schweiz:

- Berufsbildner und Fachvorgesetzter für ICT-Berufe
- Prüfungsexperte für ICT-Berufe im Kanton Aargau
- Prüfungsexperte für ICT-Berufe an den Schweizermeisterschaften
- ehem. Mitglied des Vorstandes der OdA Informatik des Kanton Aargau (20 Jahre lang)
- ehem. Mitglied des Vorstandes der ICT-Berufsbildung Schweiz (20 Jahre lang)

## 8.2 Umsetzung



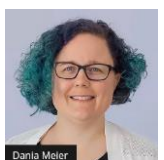
**Çiya Elçiçek**  
Master in Experimental Physics,  
Leiter Spezial Projekte,  
Applikationsentwicklung



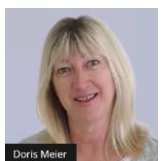
**Selina Erci**  
Informatikerin EFZ  
Lernende



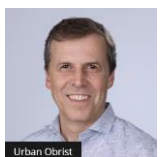
**Markus Haller**  
Betr. Oek HWV  
Kaufmännischer Leiter  
E-Mailmarketing-Projekte



**Dania Meier**  
Bachelor of Art ZFH Game Design, Accessibility Engineer  
Webentwicklung



**Doris Meier**  
Treuhänderin  
Projekt abrechnungen, Finanzen



**Urban Obrist**  
Dipl. Informatik Ing. FH  
Mitinhaber  
Projektleitung, Applikationsentwickler



**Patricia Reyes**  
Bachelor of Science in Computer Science  
Applikationsentwicklung



**Christoph Schmid**  
Projektleitung Webentwicklung



**Daniel Wetzler**  
Key Account Manager  
Address Cleaning Service

## 9 Weitere Unterlagen

Als Ergänzung zu diesem Dokument stehen Ihnen folgende Unterlagen zur Verfügung:

- Exceldatei mit der Zusammenstellung der Funktionalitäten und Dienstleistungen als Grundlage zum Erstellen von Offerten.
- Powerpoint-Präsentation für künftige E-Shop-Betreiber
- ein Set an XML und CSV-Dateien als Grundlage für mögliche Schnittstellen von Ihrem ERP-System zum E-Shop und zurück

## 10 Schlusswort

Technische Funktionen und Feinheiten sind nur die halbe Miete. Ebenso wichtig ist ein Partner der Sie mit seiner Projekterfahrung nicht nur technisch, sondern auch geschäftlich weiterbringen kann. Mit innovativen Ideen sollte Sie der Partner bei der Gestaltung der Zukunft aktiv unterstützen können. Dies ist eine der Grundlagen für den nachhaltigen Erfolg Ihres ERP-Systems und der Zufriedenheit Ihrer Kunden.

Wir würden uns sehr freuen, wenn wir künftig Webshop-Projekte für Sie realisieren dürften.

Threeway AG, Brugg, 24. November 2022

Hakan Erci

