

helen kirchhofer

uhren schmuck

Der Kunde

Den Schwerpunkt im Sortiment der Helen Kirchhofer AG bilden Uhren und Schmuck im unteren bis mittleren Preissegment. Früh reagiert die Firma jeweils auf Trends, die sich aus dem nordeuropäischen Raum ankündigen. Dementsprechend modisch und trendig ist das Angebot. Dank Importen aus Deutschland, Italien und Fernost entsteht eine attraktive Palette an Uhren und Schmuck, teilweise nach eigenem Design, mit einem hervorragenden Preis-Leistungs-Verhältnis. Ergänzt wird das Sortiment durch eine breite Auswahl an Uhren der klassischen Hersteller. Und hier zeigt sich die Firma ganz traditionell: Uhrmacher im eigenen Reparaturatelier, der auch noch eine alte Pendule reparieren kann, und das Goldschmiedeatelier stehen bereit für beste Kundenbetreuung und für Spezialanfertigungen nach Kundenwunsch. Die Helen Kirchhofer AG betreibt acht Verkaufspunkte und bevorzugt dabei das Shop-in-the-Shop-Konzept mit hoher Kundenfrequenz. Beinahe 60 engagierte Mitarbeitende, davon rund 50 im Verkauf, bilden die Belegschaft der Firma.

Das Projekt

Nach der Ablösung vom früheren Mutterhaus stellte sich die Frage nach der Organisation der eigenen IT-Infrastruktur. Sollte die gewählte Branchenapplikation auf einem eigenen Server laufen oder war ein Hosting in einem professionellen Rechenzentrum vorzuziehen? Wie konnte die interne Kommunikation mit Hilfe einer E-Mail-Lösung verbessert und das Fax abgelöst werden? Das Hauptanliegen war die unbedingte Verfügbarkeit und Zuverlässigkeit. Nach der Anbindung des Hauptsitzes galt der schrittweise Einbezug aller Verkaufspunkte an die Branchensoftware als langfristiges Projektziel.

Die Lösung

Auf Empfehlung des IT-Verantwortlichen des früheren Mutterhauses erfolgte eine erste Kontaktaufnahme mit der BlueStone. Nach der sorgfältigen Erfassung aller Bedürfnisse wurde eine Machbarkeitsabklärung erstellt und der Helen Kirchhofer AG eine Lösung mit Hosting der Branchenapplikation auf einem Terminal Server in einem Schweizer Rechenzentrum und ein Hosted Exchange für den E-Mail-Verkehr empfohlen. Dabei war die Kosten-Nutzen-Abwägung ein wichtiges Argument: Die Kostensicherheit fiel ebenso ins Gewicht wie der Verzicht auf die aufwendige IT-Betreuung durch eigenes Personal.

Die Umsetzung

Nachdem sich die Helen Kirchhofer AG auf Grund der Machbarkeitsstudie und der Kosten-Nutzen-Analyse für die von BlueStone empfohlene Lösung entschieden hatte, wurden sämtliche Daten in das Rechenzentrum der BlueStone portiert. Durch die exakte Planung der vorgesehenen Umstellung gelang es der BlueStone, die komplette Auslagerung der IT in nur einem einzigen Tag durchzuführen. Nun wurde in einer einmonatigen Testphase, eng betreut durch BlueStone, die Zuverlässigkeit und Verfügbarkeit des Systems überprüft. Der Testbetrieb erfüllte die Erwartungen in vollem Umfang und in der täglichen Anwendung funktioniert die Lösung einwandfrei. Das Durchführen der Machbarkeitsstudie zahlte sich zu diesem Zeitpunkt stark aus, da die Kernfunktionalitäten auf Anhieb gegeben waren und lediglich kleinere Anpassungen zu erledigen waren. Somit war das Tagesgeschäft gesichert und die IT wurde als positive Unterstützung und nicht als Behinderung im Geschäftsalltag wahrgenommen.

Der Ansprechpartner

Fritz Ming
Inhaber Helen Kirchhofer AG



„Die wichtigste Entscheidungsgrundlage für mich: Ich will und kann mich nicht um die IT kümmern. Ich übergebe diese Aufgabe dem professionellen Anbieter und investiere meine Zeit und meine Energie in mein Kerngeschäft. Die persönliche und geschäftliche Zusammenarbeit mit BlueStone hat mich überzeugt.“

Fritz Ming ist 51 Jahre alt und Vater von drei Kindern. Er ist ein leidenschaftlicher Segler und bei Segeltörns auf Hochsee fühlt er sich in seinem Element. Der gelernte Kaufmann konnte die Firma im Laufe der letzten Jahre von Frau Helen Kirchhofer übernehmen und ist inzwischen Alleinaktionär. Helen Kirchhofer steht ihm mit ihrer langjährigen Erfahrung aber nach wie vor beratend zur Seite. Fritz Ming sieht sich selbst als Coach seiner Angestellten, das Motivieren ist seine Stärke: Freundlich, aufmerksam sein, die Kundinnen und Kunden mit einem Lächeln begrüßen, ihnen das Gefühl vermitteln, willkommen zu sein, das ist, was er von seinen Leuten an der Front erwartet. Und in der Umsetzung sieht er auch das Erfolgskonzept seiner Firma, die sich dank ihrer erstklassigen Kundenbetreuung angenehm von den zahlreichen Mitbewerbern abhebt.