

# MARITIMER SPASS

Welcome on Board bei Compass

VON TEMEL KAHYAUGLU

**C**ompass ist Europas größtes Versandhaus für Motorboot- und Segelsportbedarf. Seit der Gründung 1979 ist das Unternehmen unabhängig und familiengeführt. Inhaber Michael Dehler leitet seit über 25 Jahren gemeinsam mit seiner Frau die Firma in der zweiten Generation. Heute präsentiert das Wassersport-Versandhaus mit mehr als 30.000 Artikeln eine schier unbegrenzte Auswahl an Produkten rund um das Thema. Eine optimale Kundenbetreuung sowie eine persönliche Beratung zu Sonderbestellungen und Maßanfertigungen bis hin zum perfekten Bestell- und Lieferservice bilden die Basis des Erfolgs. Wie man Vertrieb und Logistik optimal und effizient unter einen Hut bringt, erzählt Creative Director Bettina Hilleke im Interview.

Frau Hilleke, 1979 brachte Compass seinen ersten Katalog mit 24 Seiten heraus. Heute umfasst Ihr Hauptkatalog über 450 Seiten. Wie finden Sie immer wieder neue und innovative Produkte für Ihr Sortiment?

Einen Katalog mit immer wieder neuen Produkten zu füllen, ist jedes Jahr eine neue Herausforderung. Unsere Philosophie ist es, jeweils von den einzelnen Bereichen die besten Produkte auszuwählen, zu testen und unseren Kunden anzubieten. Daher sind unsere Einkäufer ständig weltweit unterwegs, um immer neue und innovative Produkte zu finden, die durch Großabnahmen und Direktimporte zu konkurrenzlos günstigen Preisen angeboten werden können. Aber auch bewährte Artikel werden im Dialog mit Kunden und Profiseglern ständig überprüft und verbessert. Regelmäßig werden wir als Testsieger ausgezeichnet. Gerade bei der Entwicklung eigener und exklusiver Produkte zeigt Compass die jahrzehntelang aufgebaute Kompetenz.

Wer im Bereich Wassersport aktiv ist, muss sich auf seine Ausrüstung und die Qualität der Materialien zu hundert Prozent verlassen können. Wie stellen Sie sicher, dass Ihre Produkte das halten, was Sie versprechen?

Ein großer Vorteil ist natürlich, dass unser Geschäftsführer Michael Dehler selbst passionierter Segler mit Herz und Seele ist, der seine Freizeit mit der Familie regelmäßig aktiv auf Segel- und Motorbooten verbringt und als Regattasegler international erfolgreich ist. Aus eigener Erfahrung und mit

großer Kompetenz können somit Produkte beurteilt, neue entdeckt und auf „Herz und Nieren“ getestet werden. Als erfahrener Skipper weiß er, worüber gesprochen wird, wenn es um Qualität, Zuverlässigkeit und Praxistauglichkeit von Ausrüstung geht. Zusätzlich sind viele unserer Mitarbeiter aktive Wassersportler. Unsere persönliche Leidenschaft und das fachliche Know-how eines jeden Einzelnen stellen sicher, dass unsere Produkte das halten, was wir versprechen. Inwieweit arbeiten Sie dahingehend mit Experten aus der Wassersportszene zusammen?

Der Erfahrungsaustausch mit Profiseglern ist natürlich nicht zu unterschätzen und für uns überaus wichtig. Nicht nur bei der optimalen Produktfindung ist die Zusammenarbeit mit Segelexperten hilfreich, wir können damit unsere Produkte auch gleichzeitig unter härtesten Bedingungen testen. Die daraus resultierenden Ergebnisse fließen direkt in die Artikeloptimierung ein.

Neben dem Blättern in den Printkatalogen (über 6.000 Seiten pro Jahr) können Ihre Kunden auch im Internet nach Lust und Laune stöbern. Wie erreichen Sie ein aktuelles und marktgerechtes Angebot in Ihren Kanälen?

Einen wichtigen Aspekt stellt hierbei eine zentrale Datenhaltung dar. Das bedeutet, dass sämtliche Produktinformationen sowie zugehörige Assets (Mediendaten) an einer Stelle „zusammenlaufen können“. Darüber hinaus ermöglicht uns diese organisierte Struktur von Daten eine zielgesteuerte Ausleitung, trotz hohen Datenaufkommens. So kann zum Beispiel die notwendige Flexibilität eines Onlinekanals (Webshop) optimal genutzt werden, um neueste Produkte stets schnell auf den Markt zu bringen und gleichzeitig ein riesiges Sortiment von über 30.000 Artikeln anbieten zu können.

Um Ihren Print- und Onlinekanal effizienter steuern zu können, haben Sie 2013 ein gemeinsames Projekt mit apollon gestartet, das Sie bis heute als Hauptverantwortliche bei Compass begleitet. Worauf lag Ihr Fokus? Was wollten Sie verändern und weshalb?

Bereits seit 2001 hat unser Haus eine elektronische Datenbank im Einsatz, damals jedoch noch als eine Art „Mini-PIM“. Zu dieser Zeit lag der Schwerpunkt noch eindeutig im

Printbereich, jedoch konnten wir so mit einem sehr kleinen Team effizient mehrsprachige Kataloge produzieren. In den vergangenen Jahren hat der Onlineshop allerdings extrem an Bedeutung zugenommen. Neben der Artikelanzahl hat sich gleichzeitig das Datenvolumen von (qualitativ hochwertigen) Produktinformationen und Mediendaten drastisch erhöht. Der Fokus lag folglich darauf, sämtliche Abteilungen beziehungsweise Kanäle mit einem Omnichannel-System zu vereinen. Ein weiteres Ziel war hierbei, möglichst viele Prozesse digital abzubilden, um umfangreichere Werbemittel und Onlinesortimente mit der gleichen Mitarbeiterzahl zu bewerkstelligen. So arbeitet heute bereits der Einkauf mit der Software, um das zukünftige Sortiment zu steuern.

Was lag Ihnen dahingehend beim Thema Mediendaten, gerade in Bezug auf Print und Onlineshop, besonders am Herzen? Was wurde optimiert?

Einen wichtigen Faktor, der mit dem neuen System erreicht wurde, stellt die Verbesserung der Datenqualität dar, da nur noch ein System zur Pflege und Steuerung eingesetzt wird. Daneben ist jedoch auch das Thema Sicherheit der Daten wichtig, da eine reibungslos funktionierende Ausleitung in alle Kanäle von großer Bedeutung für die Effizienz ist. Aber auch das Thema Geschwindigkeit spielt eine entscheidende Rolle, um den gestiegenen Anforderungen gerecht zu werden. Das heißt, eine immer größere Anzahl an Seiten und Werbemittel zu produzieren – aber bei steigender Qualität. Die Prämisse war hierbei, dass sämtliche Daten jederzeit zur Verfügung stehen und wiederverwendet werden können, um so zum Beispiel schnellstmöglich den Webshop befüllen zu können.

Online Media Net begleitet und unterstützt Sie seit dieser Zeit bei einem Großteil Ihrer Unternehmensprozesse von Beginn an bis zur Ausleitung in sämtliche Kanäle. Welche positiven Auswirkungen hat diese Partnerschaft auf Ihr Daily Business?

Einen großen Vorteil stellt sicherlich die zentrale Verwendung der Software dar, die bereits kurz umrissen wurde. Für die Zusammenarbeit der einzelnen Kollegen und auch Abteilungen hat dies viele Vorteile bei der täglichen Arbeit. So greifen einzelne Tätigkeiten, wie zum Beispiel das Pflegen

von neuen Artikelinformationen, direkt ineinander, womit parallele beziehungsweise doppelte Arbeit minimiert wird. Ein weiterer positiver Aspekt sind die digital abgebildeten Prozesse. So kann jederzeit der Status einzelner Workflows oder der gesamten Produktion eingesehen werden. Gleichzeitig können wir einzelne Arbeitsabläufe stetig mithilfe der Software-Unterstützung optimieren beziehungsweise verschlanken. Daneben helfen uns weitere Projekte, um unser Angebot auf dem Markt stets zu verbessern. So nutzen wir seit Beginn des Jahres 360-Grad-Abbildungen unserer Artikel in unserem Webshop, die direkt von apollon erstellt und über einen schlanken Prozess zur Verfügung gestellt werden.

BETTINA HILLEKE

*Bettina Hilleke ist seit 20 Jahren bei Compass Yachtzubehör tätig und leitet die Kreativabteilung für Compass und Sealand. Ihr Schwerpunkt liegt auf der Katalogproduktion im Printbereich. Darüber hinaus ist sie für die Projektleitung für PIM-Systeme verantwortlich.*

HERSTELLER

*Die apollon GmbH & Co. KG bietet integrierte und ganzheitliche Lösungen für Anforderungen aus den Bereichen Produktdatenmanagement, Cross Media Publishing, Omnichannel-Commerce und Onlinemarketing.*

*apollon GmbH & Co. KG  
info@apollon.de  
apollon.de*

KUNDE

*Compass Yachtzubehör Handels GmbH & Co. KG  
info@compass24.de  
compass24.de*