

– Sonderausgabe Praxisbericht –
apollon GmbH+Co. KG



4. Auflage
MELASCHUK-MEDIEN

Download digitale Buchausgaben
und Bestellung Printausgabe:

www.cross-media-buch.de (Deutsch)
www.cross-media-book.com (Englisch)

7.4 ERP- und parallele PIM-Einführung für automatisierte Kanalbespielung

AUTOR: YASEMIN CZECHOWSKI, MARKETING MANAGER, APOLLON GMBH+CO.KG

100+ Jahre Erfahrung im Handel mit Fahrrädern: 1909 mit der ersten Fahrrad-Filiale gestartet, führt die Fahrrad XXL Gruppe heute deutschlandweit 15 Bike-Stores. Vor über 30 Jahren begann die Verknüpfung der einzelnen Stores. 2006 entstand daraufhin die Fahrrad XXL Gruppe und zählt heute zu den größten und exklusivsten Fahrrad-Fachmärkten in Deutschland. Seit 2012 vervollständigt der Onlineshop Fahrrad-XXL.de die Gruppe. Das Sortiment umfasst mehr als 100.000 sofort verfügbare Artikel.

Konzentration auf das Motto, statt auf manuelle Produktdatenkommunikation

„ERLEBEN | TESTEN | LOSFAHREN“ lautet das Motto bei Fahrrad XXL. Demgemäß wird der Hauptumsatz in den Filialen generiert. Der Online-Shop hingegen ist der vorbereitende Informations-/Vertriebskanal. Und funktioniert dieser nicht, dann wirkt sich das auf den Umsatz in den Stores aus. Aufgrund der Produktvielfalt – 1.000 Lieferanten, 100.000 Artikel, 75.000 Artikelvarianten und 250.000

Produktbilder – hat sich Fahrrad XXL dazu entschieden, die Produktdatenpflege zu professionalisieren. Auch sollte die Ausleitung der Produktinformationen nicht mehr manuell, sondern systemgestützt erfolgen. Kurzum: Die zukünftige Prozesslandschaft sollte automatisiert und digitalisiert werden bei gleichzeitiger Steigerung der Qualität – nicht nur bei den Prozessen, auch bei den Produktdaten. Die Einführung eines PIM-Systems stand außer Frage. Die Entscheidung fiel auf Online Media Net (OMN) der apollon GmbH+Co. KG. Sowohl zur Bespielung des Online-Shops als auch der weiteren Vertriebskanäle (wie Marktplätze).

PIM: Zentrale Stelle für Datenwahrheit

Damit die Gruppe von den Vorteilen des PIM-Systems profitiert, musste eine zentrale Stelle für die Datenwahrheit geschaffen werden. Das bisherige ERP-System verfügte über neun Instanzen und bot hierfür keine Basis. Eine Fortführung der bestehenden Systemlandschaft war daher nicht möglich. Neben dem PIM-System, musste auch ein neues ERP-System eingeführt werden – Microsoft Dynamics 365. Aber: Das führende System bzw. der „Single Point of Produktdaten-Truth“ sollte das PIM und nicht das ERP sein. Selbst für die Produktstammdaten.



Abb. 7.8 © Fahrrad XXL

Herausforderungen

Technik und Organisation waren zwei essenzielle Herausforderungen bei der parallelen Einführung der Systeme. Bei den technischen Herausforderungen standen die Schnittstellen und Systemanbindungen im Vordergrund. So wurden circa 40-50 Schnittstellen realisiert – nicht nur um das ERP- und PIM-System miteinander zu verbinden, sondern auch um die korrespondierenden Systeme und Dienstleister zu integrieren: CRM-System, Payment Gateways (wie PayPal, Amazon Pay), Versand Gateways (wie DHL, GEL), Vertriebskanäle (Online-Shop, B2B Shops, PoS Filiale, Call Center etc.) und Lieferanten. Besonders in den Testphasen waren die technischen Herausforderungen deutlich zu spüren. Doch bevor diese gemeistert

werden konnten, mussten zuvor organisatorische Fragen geklärt werden. So wurden die bisherigen Prozesse genau unter die Lupe genommen und geändert. Auch die Verantwortlichkeiten wurden im Zuge der Datenfluss-Konzeption neu aufgestellt. Allerdings immer unter dem Aspekt, dass das PIM über die Datenhoheit verfügt und im ERP-System tatsächlich nur die „ERP-notwendigen“ Daten vorgehalten werden. Daher bespielt Fahrrad XXL nicht nur ihre Medienkanäle über OMN, OMN liefert auch die Produktstammdaten an das ERP. Für den Fall, dass sich im ERP-System Statusinformationen ändern, wurde die Schnittstelle mit einer Ausnahme ausgestaltet: In diesem speziellen Fall kann auch das ERP-System relevante Informationen an das OMN PIM übermitteln. Dies kann etwa

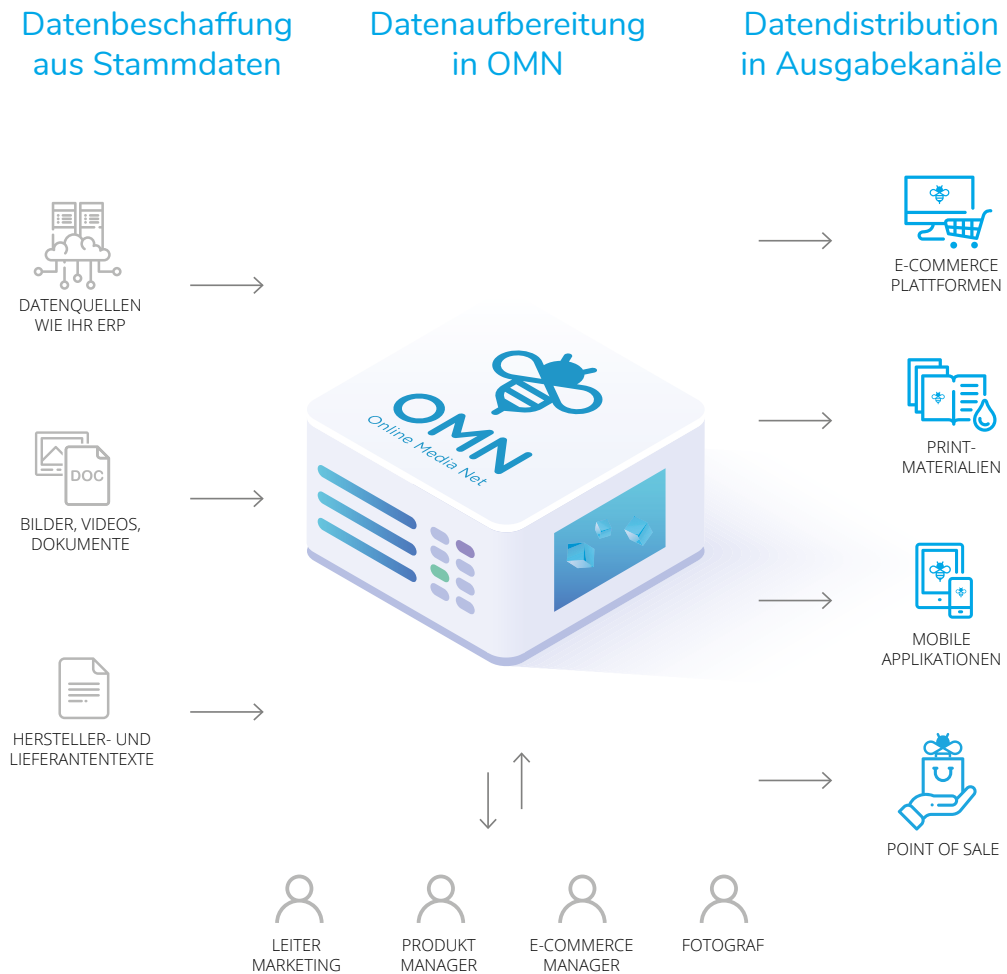


Abb. 7.9 OMN-Module: Das Konzept der Zusammenarbeit von Online Media Net (OMN). © apollon

dann vorkommen, wenn im ERP-System Artikel als nicht mehr verkaufbar deklariert sind. Hiermit stellt Fahrrad XXL sicher, dass auf den jeweiligen Kanälen jederzeit aktuelle Produktinformationen ausgespielt werden.

Warum apollon

„Wir haben uns für OMN entschieden, da die Lösung eine sehr starke Customizability vorweist. Denn uns war wichtig, dass sich das PIM-System an die eigenen Bedürfnisse anpassen ließ.

Diese Flexibilität musste gegeben sein aufgrund der Besonderheiten in unserem Bike-Business. Daneben hat uns der Erfahrungsschatz von apollon überzeugt, nicht nur als Best Practices, sondern auch in den verschiedenen Branchen. Besonders hervorzuheben ist das agile Vorgehen der apollon. Gerade bei unserem sehr jungen Team und schnelllebigem Business war diese Art der Softwareentwicklung ein ausschlaggebendes Kriterium,“ so Nico vom Hagen, Head of IT bei Fahrrad-XXL.de.

ANBIETER

apollon GmbH+Co. KG
Maximilianstr. 104
75172 Pforzheim
Tel.: +49 7231 941-0
www.apollon.de



apollon ist führender Software-Anbieter für integrierte und ganzheitliche Lösungen zur Automatisierung der Produktdaten-Kommunikation und zur medienbruchfreien Datendistribution im Omnichannel-Commerce. Kernprodukt ist Online Media Net (OMN) mit den Modulen PIM, MAM, Channel Management, Workflow Management und Web-to-Print.

KUNDE

Fahrrad-XXL.de GmbH & Co. KG
Hugo-Junkers-Straße 3
60386 Frankfurt
Tel.: +49 69 60511770
www.fahrrad-xxl.de



Fahrrad-XXL.de ist eines der führenden deutschen eCommerce Unternehmen im Fahrrad-Bereich mit Sitz in Frankfurt am Main. Dank des Multichannel-Konzepts, bestehend aus 15 Filialen sowie dem Online-Shop, ist es Fahrrad-XXL.de möglich, Kunden die größte Auswahl an Fahrrädern deutschlandweit anzubieten.