

E-COMMERCE MIT SCHWUNG – BLUE TOMATO FÄHRT MIT HYBRIS AUF DER IDEALLINIE

Im Hintergrund des neu gelaunchten Internetportals der Snowboardspezialisten von Blue Tomato – www.blue-tomato.at – sorgt das Product Information Management von hybris für perfekt geschliffenen E-Commerce. Zusätzliche hybris-Module helfen dem österreichischen Anbieter von Snowboard- und Surfprodukten, seine Marketingaktivitäten im Onlineshop zu koordinieren und auszubauen.

Die Marke Blue Tomato

1994 gründete der Snowboardlehrer und ehemalige Europameister Gerfried Schuller in seiner Heimatstadt Schladming einen Snowboard Shop. Bereits 1997 ging der Steirer mit seinem ersten Webshop online, nachdem er das Verkaufspotenzial des neuen Mediums erkannt hatte. Heute ist das Internetportal blue-tomato.at nicht nur ein renommierter Online-Anbieter mit einer der größten Auswahl an Snowboardprodukten weltweit – es definiert sich darüber hinaus mit seinem eigenen Online-Magazin, mit dem Newsletter und den Multimedia-Inhalten als Informationsplattform rund ums Snowboarding.

Mit dem hybris-Lift zum Gipfel

Vor sieben Jahren setzte Blue Tomato sein Online-Angebot erstmals auf hybris-Lösungen auf. Mithilfe des PIM- und E-Commerce-Unterbaus des Münchener Unternehmens hat Blue Tomato die europäische Marktführerschaft übernommen.

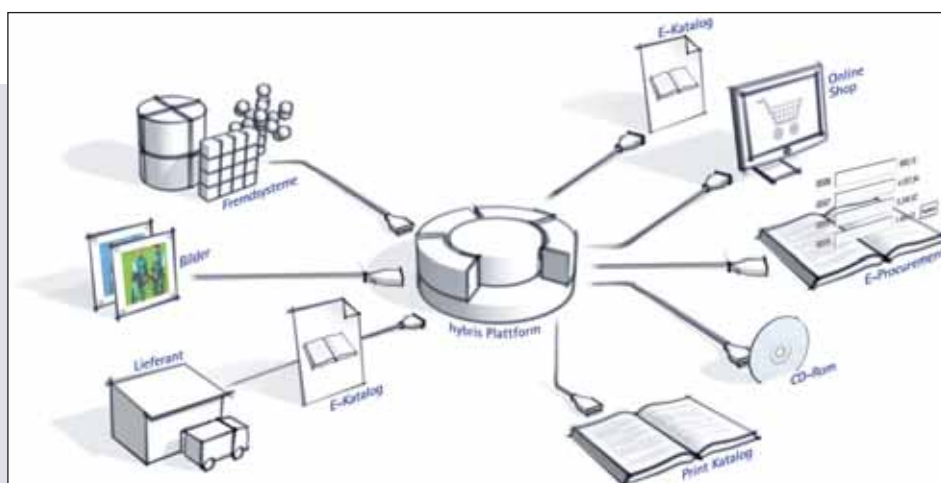
Via Internet können die Kunden heute aus 40.000 Artikeln wählen, darunter allein aus 750 Snowboardmodellen. Mit dem zentralen Product Information Management und der Anbindung ans ERP (Enterprise Resource Planning) konnte das Produktangebot stetig erweitert werden, die Umsatzzahlen stiegen. So verzeichnete Blue Tomato im Bereich Mailorders, der die Bestellungen via Web oder Katalog umfasst, ein Plus von rund 30 Prozent gegenüber dem Vorjahr.

Der Geschäftsführer von Blue Tomato, Gerfried Schuller, führt den Erfolg seines Unternehmens auf zwei Hauptfaktoren zurück: die Nähe zur „Szene“ und die Neugestaltung des Internetportals unter Zuhilfenahme der hybris-Lösungen: „Wir haben unserer Website ein völlig neues Design verpasst und im Zuge des Relaunches neueste Technologien umgesetzt. Intuitive Navigation und eine verbesserte Produktdarstellung mit mehr Information haben bereits nach sehr

kurzer Zeit zu einer deutlich steigenden Zahl an Bestellungen geführt.“

Standards und Schnittstellen für die problemlose Integration

Die hybris Commerce Suite auf Basis der offenen JEE-Technologie bringt die Leistung und Flexibilität mit, die sich das Unternehmen für seinen Online-Verkaufskanal vorgestellt hat. So wird das stetig wachsende Produktangebot mit geringem Administrationsaufwand durch ein zentrales und medienneutrales Product Information Management auf Basis der hybris-Lösung gepflegt. Über eine Schnittstelle ist es an das Warenwirtschaftssystem, das ERP, angebunden. Eine Verbesserung im Workflow, von dem nicht zuletzt die Kunden profitieren: Dank dieser Schnittstelle können Bestellungen nun noch zügiger bearbeitet werden, Lieferverzögerungen gehören der Vergangenheit an. Der Pflegeaufwand der Produktdaten ist erheblich gesunken und ihre Konsistenz sichergestellt. ☺





Der automatisierte Katalog – die logische Ergänzung zum Online-Angebot

„Wir haben lange genug die Online-Bestellungen manuell in unser Backoffice-System eingegeben. Bei der Einführung der hybris-Lösung geht es uns nicht nur um Zeitersparnis und das Ausschalten möglicher Fehlerquellen, sondern auch um eine lagerstandgenaue Verfügbarkeitsanzeige“, sagt Alexander Zezula, Inhaber der Snowboard Dachstein Tauern GmbH, zu der auch Blue Tomato gehört. Zezula weiter: „Unsere Kunden haben es einfach verdient, rasch und zuverlässig bedient zu werden.“

Der konsistente elektronische Datenbestand hilft Blue Tomato auch bei der Produktion der gedruckten Kataloge. Der jährliche Hauptkatalog (Auflage 320.000 Stück) sowie der im Frühjahr erscheinende Sommerkatalog werden jetzt ebenfalls aus dem PIM-System von hybris erstellt. Zu diesem Zweck bietet die Lösung Schnittstellen, um die Daten direkt in verschiedene Layoutprogramme (z.B. InDesign) zu importieren. Fehleranfälliges manuelles Eingeben der Daten sowie mehrstufige Kontrollprozesse ent-

fallen. Dies sorgt für wesentlich kürzere Produktionszeiten bei gedruckten Katalogen und ermöglicht Blue Tomato, die Frequenz der Publikationen zu erhöhen.

Mit hybris wird die Buckelpiste zum Ziehweg

„Schon bei der ersten Entscheidung für hybris im Jahr 2000 waren wir von der Erweiterbarkeit und Flexibilität der Lösung begeistert“, freut sich Gerfried Schuller: „Die hybris Software wird die ehrgeizigen Ziele von Blue Tomato auch in Zukunft optimal unterstützen.“

▣ **Oliver Treubel**



Der erfolgreiche Online-Auftritt von Blue Tomato.



Ariel Lüdi
hybris GmbH
Ariel.Luedi@hybris.de
www.hybris.de