IANEO

SUCCESS STORIES

MEIN FAHRRADHÄNDLER
MEIN-FAHRRADHAENDLER.DE

Maxime einer Digitalisierungsstrategie :

Das klare Bekenntnis von HERMANN HARTJE KG zum stationären Fachhandel

HERMANN HARTJE KG

„Vordenken für den Fachhandel“
Maxime einer Digitalisierungsstrategie : Das klare Bekenntnis von HERMANN HARTJE KG zum stationären Fachhandel

Die HERMANN HARTJE KG zählt zu den erfolgreichsten Traditionsunternehmen in Deutschland. Das Erfolgsgeheimnis des 1895 gegründeten Fahrradherstellers aus Hoya (Niedersachsen) ist das Bewusstsein, dass Tradition allein nicht ausreicht, um dauerhaft im Geschäft zu bleiben und Marktführer zu werden. Die innovativen Produkte und Dienstleistungen von HARTJE werden immer wieder an die neuesten Trends und Bedürfnisse angepasst.

Eine eigene Fahrräder- und Laufrad-Produktion sowie ein Vollsortiment im Bereich Fahrradteile bilden ein umfangreiches Lieferprogramm. Nicht zuletzt machen ein dichtes Distributionsnetz und die Philosophie, Einzel- und Fachhändler individuell zu unterstützen, HARTJE zu einem der führenden Großhandelshäuser für Zweiräder in Deutschland, Österreich und den Niederlanden.

Schon seit den 70iger Jahren sorgte HARTJE durch einen hauseigenen Schnelldienst für eine möglichst zeitnahe Belieferung seiner Fachhändler. Heute kann das Unternehmen innerhalb von 24 Stunden Bestellungen ausliefern.

HERMANN HARTJE KG

Besondere Herausforderung: individuelle Konfiguration für einen unabhängigen Fachhandel mit einer performanten Online-Plattform

„Ein Rad von HARTJE ist immer mit Leidenschaft verbunden. Unsere Endkunden legen Wert auf Beratung, vor und nach dem Kauf. Das bedeutet, dass wir unsere Produkte nicht einfach übers Internet verkaufen wollen. Unsere Räder sind mit Emotion verbunden. Das muss erhalten bleiben. Die besondere Herausforderung bei dieser Strategie ist, dass unsere Fachhändler unabhängig sind und bleiben sollen. Wir wollen dem Fachhandel eine individuell konfigurierbare Baukastenlösung bieten. Unsere Händler können sich aus unserem Angebot ihr individuelles Lösungspaket selbst zusammenstellen“ erklärt Christian Hepp, Leiter Retail Marketing & Kundenbetreuung bei HARTJE, den Grundgedanken hinter MEIN FAHRRADHÄNDLER.

Mit „MEIN FAHRRADHÄNDLER“ ging HARTJE einen außergewöhnlichen Schritt im Trend der Digitalisierung.

HARTJE nutzt die Online-Plattform, um seine Produkte über die Fachhändler direkt zum Endkunden zu bringen. Die Produkte von HARTJE werden mit den Dienstleistungen der Fachhändler verbunden.

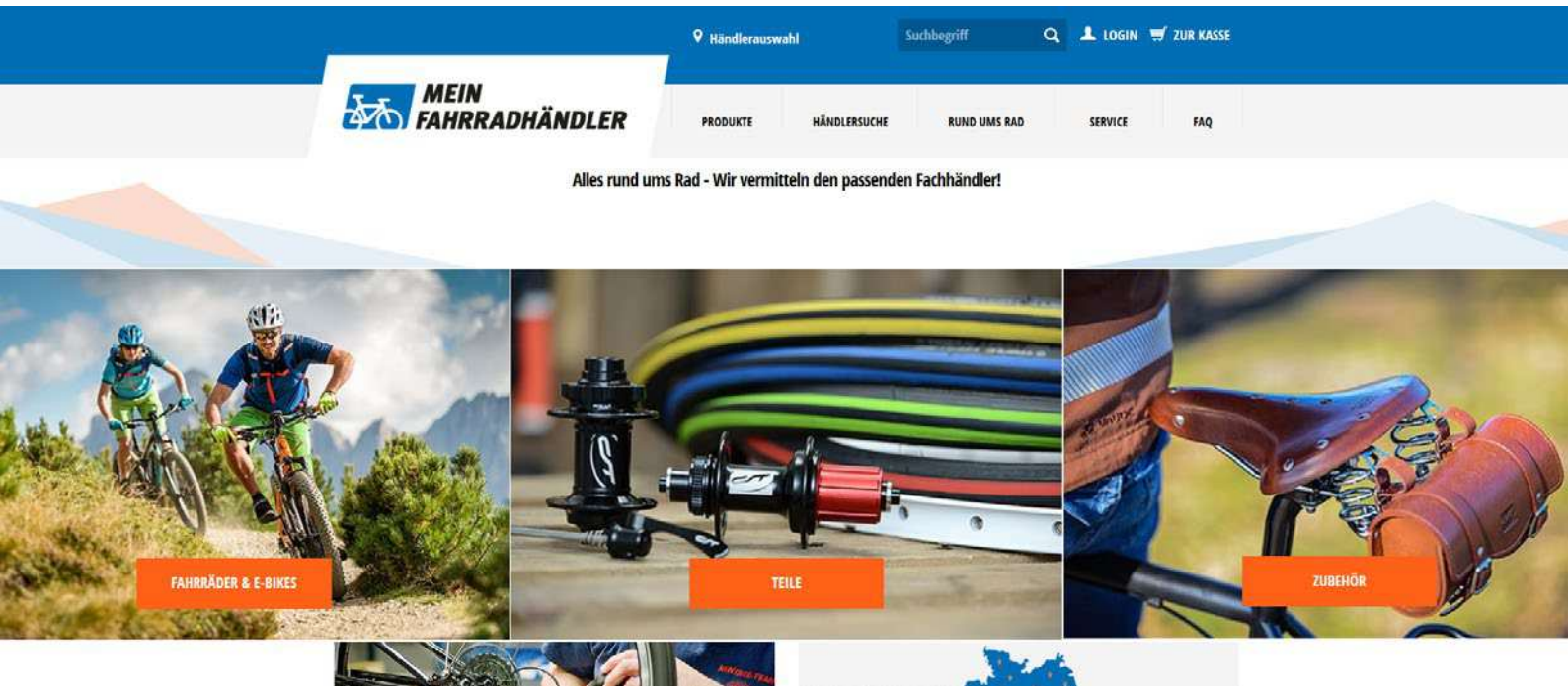
Der Vorteil liegt auf der Hand: die Endkunden können im Internet jederzeit eine Vorauswahl treffen und sich dann vor Ort vom Händler kompetent beraten lassen. So perfektioniert HARTJE die Customer Journey von Anfang an und erreicht, dass die Endkunden optimal vom Fachberater betreut werden.

Mit der Plattform „MEIN FAHRRADHÄNDLER“ eröffnet HARTJE die Möglichkeit, händlerindividuelle Satellitenshops zu bilden. Sie umfasst aktuell rund 360 Satelliten. Nicht alle Händler führen immer die gleichen Markensortimente. Sie setzen individuelle Schwerpunkte beim Vertrieb. HARTJE erreicht so, dass das gesamte Sortiment immer optimal, auch in den Satellitenshops der stationären Fachhändler, präsentiert wird.

„MEIN FAHRRADHÄNDLER“ sorgt für eine Vereinheitlichung der Corporate Identity, enge Verbindungen im Distributionsnetz, aber auch im Verhältnis der Händler zu den Endkunden.

„Ziel ist es, Endkunden mit einer hochwertigen Onlineansprache zu begeistern und ins lokale Fachgeschäft zu leiten“, sagt Marc Gillessen, Leiter eCommerce bei HARTJE. Mehrwerte und Zusatzinformationen werden gekonnt mit Storytelling, Content-Marketing und konkreten Artikelinformationen zu den Fahrrädern und Zubehören kombiniert.

Im Ergebnis erhält der Endkunde umfassende Produktinformationen und kann sich dann gezielt im Fachgeschäft zu seiner Kaufentscheidung beraten lassen.



HERMANN HARTJE KG

Durchdachte Marketingstrategie mit shopware

Zur Umsetzung des ambitionierten Projektes hat sich HARTJE für die Enterprise-Version von shopware entschieden.

„Der Hauptgrund für diese Entscheidung lag darin, dass shopware ausgezeichnete Möglichkeiten für Storytelling und die Aufbereitung von Content-Marketing bietet“ erläutert Marc Gillessen, die Entscheidung für shopware.

Individuelle Technologie garantiert Performanz

Technologisch wurde die Plattform vom shopware-Partner IANEO Solutions für HARTJE umgesetzt.
„HARTJE geht das Projekt mit einer sehr durchdachten Digitalisierungs-Strategie an. Insbesondere die spezifischen Abläufe zu den Fachhändlern mussten individuell in der Software abgebildet werden“, sagt Marc Siebenpfeiffer, Projektleiter bei IANEO. Anspruchsvolle Individualentwicklungen ergänzen deshalb die Grundfunktionalitäten von shopware.

10.01.2020 E-BIKE

Transport mit dem E-Lastenrad "GSD" von TERN

Ein E-Lastenrad als Autoersatz - ist das eine Alternative. Wie gut lassen sich Lasten mit einem Cargobike transportieren? Eine Familie aus München hat für uns den Praxistest gemacht.

WEITERLESEN

06.01.2020 BREMSEN

Fahrradbremse – Alles Wissenswerte zum Kauf

Die richtige Fahrradbremse sorgt für den vollen Schutz im Straßenverkehr und auf den Pisten abseits davon. Wir informieren über Scheiben- und Felgenbremsen, Bestandteile und Unterschiede. Jetzt mehr erfahren!

WEITERLESEN

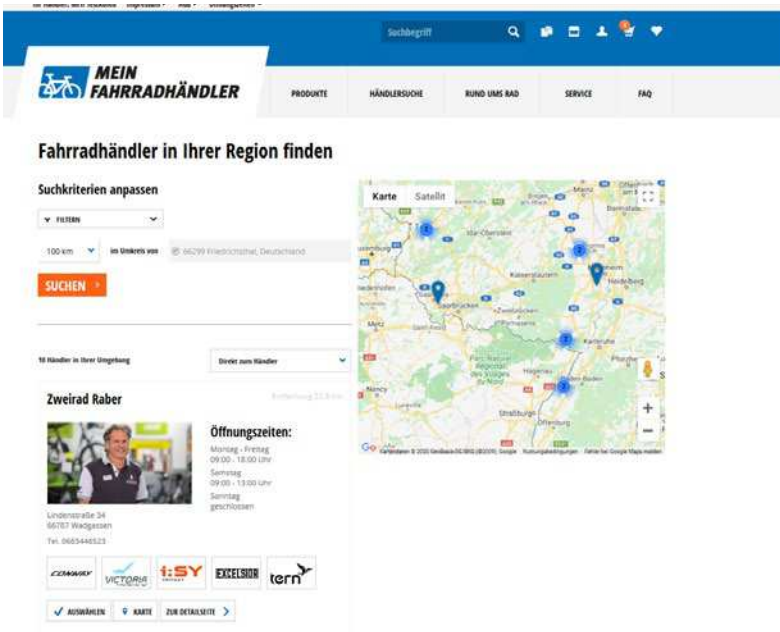
Individuelle Sortimentsbestimmung in Satellitenshops

Damit die Händler Artikel selbst aus dem Gesamtsortiment von HARTJE filtern und in ihre eigenen Onlineshops ausleiten können, wurde Talend als Middleware eingesetzt. Die Middleware bereitet die Produktinformationen aus dem PIM-System von HARTJE auf und stellt sie für die Satellitenshops bereit. IANEO übernahm die Programmierung von Importassistenten, mit denen Artikeldaten in die jeweiligen Satellitenshops ausgeleitet werden können. Händlerindividuelle Sortimente können dadurch quasi in Echtzeit für die einzelnen Satelliten bereitgestellt werden. Die Händler passen so ihr Produktsortiment im Shop spezifisch an ihr Angebot an. Die Anzeige von Verfügbarkeiten einzelner Marken, von Produktvarianten, als auch die Preisgestaltung, sind problemlos für jeden Satellitenshop möglich.

HERMANN HARTJE KG

Tagesgenaue Liefer- und Abholdaten

Ferner wurden Schnittstellen zu den unterschiedlichen Warenwirtschaftssystemen der Einzelhändler programmiert. „Konkret wurden 16 unterschiedliche Warenwirtschaften verschiedener Anbieter angebunden. Darunter: Velodata, ascend und JTL“, führt Marc Siebenpfeiffer aus.



Somit können Lagerbestand und Lieferstatus in den Shops sichtbar gemacht werden. Dies ermöglicht die Angabe tagesgenauer Liefer- und Abholdaten für den Fachhandel.

Sobald ein Artikel nicht im Lager des Händlers verfügbar ist, geht die Bestellung direkt zu HARTJE, was eine deutliche Verkürzung der Lieferzeiten bedeutet.

Der richtige Weg in die Zukunft

„MEIN FAHRRADHÄNDLER ist unser klares Bekenntnis zum stationären Fachhandel. Wir betreiben deshalb ein sehr intensives Marketing für die Plattform und haben den B2C E-Commerce als Leuchtturm unserer Digitalisierungsstrategie ausgewählt. Der Erfolg, den wir damit haben, zeigt, dass wir auf dem richtigen Weg sind. Deshalb werden wir unsere Aktivtäten in diesem Bereich weiter ausbauen. IANEO hat gleich verstanden, worum es uns geht. MEIN FAHRRADHÄNDLER ist eine ausgereifte Lösung, die uns auf unserem Weg nach oben weiterbringt“, fasst Christian Hepp, die Zusammenarbeit mit IANEO Solutions zusammen.

Zu dem Shop:

www.mein-fahrradhaendler.de

„IANEO hat gleich verstanden, worum es uns geht. MEIN FAHRRADHÄNDLER ist eine ausgereifte Lösung, die uns auf unserem Weg nach oben weiterbringt“

Christian Hepp
Leiter Retail Marketing & Kundenbetreuung bei HARTJE