

Nahtlos integriert in Shop-Plattformen

Mit der Produktpräsenz im Neckermann- und Quelle-Shop konnte sich koffer-direkt.de neben seinem eigenen Onlineshop wichtige Zusatzmärkte erschließen. Mittlerweile kommen teilweise bis zu 1.000 Bestellungen pro Tag ins Haus.



Dennis Heidtmann von Koffer-direkt.de freut sich über den reibungslosen Ablauf seines Onlinegeschäfts.

Seit dem Start des Geschäfts im Jahr 2004 hat sich koffer-direkt.de auf dem deutschen Markt zu einem der führenden Anbieter für Reise- und Businessgepäck entwickelt.

Das Unternehmen mit Sitz in Oberhausen startete den Onlinehandel mit einem kleinen Shopsystem und einer selbst programmierten Softwarelösung, die die Bestellverarbeitung und den Warenversand vereinfachen sollte.

Doch Pflege und Administration von Updates, Patches und Features waren zeitintensiv, der Support fehlte und die Entwicklung neuer Lösungen dauerte zu lang, um den wachsenden Besucherzahlen und Bestellungen gerecht zu werden.

Auch die Kunden stellten immer höhere Ansprüche. „Und das zu Recht“, sagt Dennis Heidtmann, Gesellschafter der koffer-direkt.de GmbH. „Es gehört heute einfach zum Onlineshop dazu, eine ausgeprägte Kundenkommunikation zu pflegen, die sich bis hin zum ‚Mein-Konto‘-Bereich und automatisierten Status-Mails erstreckt. Und natürlich erwarten die Kunden auch eine schnelle und problemlose Lieferung der Ware.“

Nachdem das Unternehmen mehrere Angebote getestet hatte, entschied sich koffer-direkt.de für den Oxid eShop des Freiburger Herstellers Oxid eSales kombiniert mit der pixi Versandhandelssoftware des Münchner Anbieters mad geniuses. Damit erhielt koffer-direkt.de eine leicht skalierbare, mehrsprachige und multishopfähige Komplettlösung. Oxid überzeugte vor allem mit dem PHP-basierten, modularen Aufbau und durch die

mehrsprachige „Smarty-Template“-Implementierung. pixi beeindruckte mit prozessgesteuerter, automatisierter Auftragsabwicklung. Anders als bei üblichen Insellösungen greifen die beiden Anwendungen direkt ineinander und tauschen sich über bidirektionale Echtzeit-Schnittstellen aus.

„In Summe haben wir sehr viele unserer Wünsche wie Gutscheine, Mehrsprachigkeit, Anbindung an ein Warenwirtschaftssystem, Versand- und Zahlungsdienstleister auf unserer Anforderungsliste sofort abhaken können. Denn diese waren damals schon in beiden Standardsystemen vorhanden“, sagt Heidtmann.

24 Stunden nach der Migration wurde die erste Bestellung ausgeliefert

Der eShop ist so aufgebaut, dass die Mitarbeiter von koffer-direkt.de ihn gleich von Beginn an selbst implementieren und layouten konnten. Binnen weniger Tage migrierten sie die Artikel- und Produktdaten auf den eShop. Gleichzeitig implementierte koffer-direkt.de die Versandhandelssoftware pixi. Bereits 24 Stunden nach der Migration wurden die ersten Bestellungen ausgesandt. „Alles lief von der ersten Sekunde an reibungslos. Es war genau so, wie wir uns das vorgestellt hatten“, sagt Heidtmann.

Heute pflegen die insgesamt

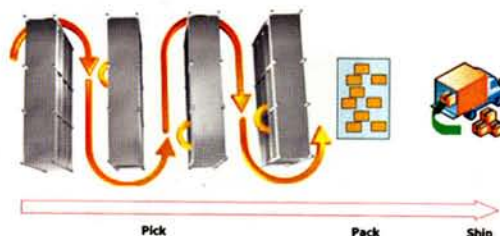
20 Mitarbeiter von koffer-direkt.de das Shopsystem in Eigenregie, bauen Module ein, legen Artikel an, verwalten Kategorien und CMS-Seiten. „Der objektorientierte Ansatz macht sich absolut bezahlt“, sagt der Gesellschafter. Charakteristika und Funktionen lassen sich schnell übertragen, die Artikel erhalten Eigenschaften wie „Neu“ oder „Angebot“ automatisiert, und sie werden auf der Webseite angezeigt.

Das Lager der kurzen Wege

koffer-direkt.de wickelt den gesamten Bestellprozess mittels der Versandhandelssoftware pixi ab: Alle Mitarbeiter aus Einkauf, Lagerhaltung, Kundenservice und Versand sind mit der Anwendung vertraut. Die Software orientiert sich an den Barcodes der Produkte und arbeitet während des gesamten Auftragsprozesses damit. Um Bestellungen im Lager logisch zu verwalten, bietet pixi die Möglichkeit der Sammelkommissionierung. Der Lagerist erhält dafür eine laufwerksoptimierte Stückliste, die sogenannte Pickliste. Die Software verbessert die Navigation durch die Lagerregale, indem sie die kürzeste und schnellste Route zwischen den einzelnen Waren berechnet. So kann der Lagerist auf seinem Weg mehrere Bestellungen auf einmal bedienen und mehrere Artikel gleichzeitig holen. In der Versandhalle führt pixi die Bestellungen automatisiert zusammen, druckt die Rechnungen und Versandunterlagen aus.

Pakete verschickt koffer-direkt.de jetzt drei Mal schneller als vor der Implementierung des neuen Systems. Zahlen die Kunden per Nachnahme, Kreditkarte oder Sofortüberweisung, schickt

Laufwegsoptimierung



Barcodegesteuerte Prozesse sorgen dafür, dass die Waren auf schnellstem Weg und in kürzester Zeit zu den Kunden gelangen.

koffer-direkt.de die Artikel binnen zwölf Stunden auf Reisen. „Das Ergebnis der Versandoptimierung beflügelt natürlich auch das Vertrauen unserer Kunden“, sagt Heidtmann. Selbst in extrem umsatzstarken Zeiten arbeitet der Shop höchst effizient. Bis zu 1.000 Bestellungen wickelt koffer-direkt.de pro Tag bequem ab. Oft werden rund drei Bestellungen pro Sekunde gleichzeitig verarbeitet. „Sogar das Weihnachtsgeschäft können wir ohne Performance-Verlust prozessieren. Die Grenze der Belastbarkeit ist aber noch lange nicht erreicht“, sagt der Onlinehändler. Die Fehlerquote bei der Auftragsabwicklung ist zudem gegen null gesunken. „Durch die Einführung des pixi-Systems haben sich klassische Versandfehler, wie falsche Adressierung oder nicht lieferbare Artikel, in Luft aufgelöst“, sagt er weiter.

David mit Goliath: koffer-direkt.de bedient Kunden großer Versandhäuser

Ausgelagerte Vertriebskanäle kann koffer-direkt.de seit dem Wechsel auf den Oxid-eShop ebenfalls ganz einfach bedienen: Der Onlinehändler arbeitet mit großen Versandhandelsunternehmen wie Amazon und Neckermann zusammen und nimmt deren Kundenaufträge entgegen. Um diese professionell abzuwickeln, nutzt der Shop die zweiseitige SOAP-Schnittstelle von eSales. Diese übersetzt automatisiert alle Bestelldaten der Versandhäuser und lässt sie in den Versandablauf von koffer-direkt.de einfließen. „Die Internetshopper bemerken von den ausgeklügelten Prozessen im Hintergrund nichts, denn externe Bestellungen wickeln wir mit der gleichen Qualität und Geschwindigkeit auf den Seiten der Versandhäuser ab, wie es die Käufer von koffer-direkt.de gewohnt sind“, sagt Heidtmann. Kunden, die bei Amazon, Neckermann oder den anderen Handelspartnern bestellen, bekommen das gewünschte Produkt binnen drei Tagen ins Haus geliefert. „Es ist offensichtlich, dass sich das Kaufverhalten in den letzten Jahren stark verändert hat. Ein Händler muss da sein, wo sich die Kunden aufhalten, und dieser Ort ist immer mehr das Internet. Wir wollen alle potenziellen Klienten erreichen, egal, wo sie nach Koffern und Reiseausrüstung suchen. Die SOAP-Schnittstelle ist dabei ein großer Vorteil für uns“, erklärt der Gesellschafter des Onlineunternehmens.

Wachsen mit dem Oxid-eShop

Seit dem Umstieg auf Oxid und pixi verdreifachte koffer-direkt.de seinen Umsatz, die Zahl der Mitarbeiter verdoppelte sich. Der neue Shop ist leistungsfähiger als der alte, für die Kunden übersichtlicher und einfacher zu bedienen: Sie können den Bestellstatus und ihr Konto jederzeit einsehen und bei Lieferungen zwischen Empfänger und Rechnungsadresse trennen. Das Tool „Mein Konto“ macht den gesamten Versandverlauf transparent,

OXID
eshop

Administration

Produktverwaltung

Bestellverwaltung

Benutzerverwaltung

Systemverwaltung

Wartung

Logout

OXID eShop

OXID eShop

OXID eShop

OXID eShop

OXID eShop

OXID eShop

OXID eShop

OXID eShop

OXID eShop

OXID eShop

OXID eShop

OXID eShop

OXID eShop

OXID eShop

OXID eShop

OXID eShop

OXID eShop

OXID eShop

OXID eShop

OXID eShop

OXID eShop

OXID eShop

OXID eShop

OXID eShop

OXID eShop

OXID eShop

OXID eShop

OXID eShop

OXID eShop

OXID eShop

OXID eShop

OXID eShop

OXID eShop

OXID eShop

OXID eShop

OXID eShop

OXID eShop

OXID eShop

OXID eShop

OXID eShop

OXID eShop

OXID eShop

OXID eShop

OXID eShop

OXID eShop

OXID eShop

OXID eShop

OXID eShop

OXID eShop

OXID eShop

OXID eShop

OXID eShop

OXID eShop

OXID eShop

OXID eShop

OXID eShop

OXID eShop

OXID eShop

OXID eShop

OXID eShop

OXID eShop

OXID eShop

OXID eShop

OXID eShop

OXID eShop

OXID eShop

OXID eShop

OXID eShop

OXID eShop

OXID eShop

The screenshot shows the Oxid eShop administration interface. At the top, there's a navigation menu with options like 'Produkte', 'Bestellungen', 'Benutzer', 'System', 'Wartung', and 'Logout'. Below this, there's a list of products with columns for ID, Name, and Price. A detailed view of a product is shown on the right, including its name, price, and a list of features or specifications. The interface is in German and has a clean, professional design.

Auf der Administrationsoberfläche des OXID-eShops verwalten die Mitarbeiter von koffer-direkt.de den Shop: Sie binden Module an, stellen Artikel und Produktinformationen ein.

indem es Statusänderungen im Minutentakt aktualisiert. Zudem setzt koffer-direkt.de auf die Erfahrungen der Käufer – mit dem Tool „Kundenstimmen“ bewerten sie Einkauf, Service und Abwicklung. Mehr als 50.000 Bewertungen stehen in der Datenbank. „Allerdings ist die Gewöhnung an die neuen Prozesse nicht zu unterschätzen – gerade in Wachstumsphasen, wie wir sie damals erlebten. Doch ohne Oxid-eShop und pixi hätten wir das Wachstum niemals geschafft.“



Die laufwegsoptimierte Pickliste fasst die Waren mehrerer Bestellungen zusammen. Lagermitarbeiter können auf kurzem Weg und schnell so viele Artikel wie möglich einsammeln und versandfertig machen.

„Die Kunden erwarten heute viel!“

Über die Auswahl der geeigneten Software und worauf man dabei achten sollte sprach zentrada.magazin mit Dennis Heidtmann.

Warum einen Onlineshop für koffer-direkt.de?

Heidtmann: Wir haben von Anfang an auf das Internet gesetzt. Koffer, Trolleys, Reisetaschen haben einen enormen Lagerplatzbedarf. Uns war klar, dass ein solch umfassendes Angebot an Marken, Serien und Farben sich besonders gut im Internet abbilden lässt.

Sie sind ein mittelständisches Unternehmen und nutzen die Oxid-eSales-Enterprise-Edition, die eigentlich für Großunternehmen entwickelt wurde. Warum?

Heidtmann: 2005, als wir uns für den Shop entschieden, hätten wir mit Blick auf das damalige Bestellaufkommen nicht sofort das größte Produkt von Oxid nehmen müssen. Da wir aber zeitgleich die Versandhandelslösung pixi einführen wollten, wurde uns die Entscheidung abgenommen: Eine Schnittstelle bestand damals nur zur Oxid-eShop-Enterprise-Edition.

Inzwischen ist die pixi-Schnittstelle nun zwar auch für die Professional-Edition erhältlich, aber so wie unsere Bestellungen nach dem Umstieg in die Höhe schnellten, hätten wir kurz darauf ohnehin die Enterprise-Funktionen benötigt und erneut wechseln müssen.

Rückblickend bin ich sehr froh, dass wir gleich auf das richtige Pferd gesetzt haben.

Wann ist ein Onlineshop ein guter Onlineshop?

Heidtmann: Er sollte den Kunden alles das bieten, was sie aus großen Shops wie Amazon bereits kennen. Dazu gehören beispielsweise die Übersichtlichkeit während des kompletten Bestellprozesses und der schnellstmögliche Versand nach der Bestellung. Das ist für die meisten Kunden enorm wichtig, allerdings vergessen das offenbar einige Shopbetreiber. Wenn ich heutzutage in einem Onlineshop etwas bestelle und keine Versand-Mail oder Tracking-Mail erhalte oder die als „sofort lieferbar“ ausgewiesene Ware erst nach einer Woche eintrifft, heißt das, dass dort Logistik und interner Workflow nicht optimiert sind. Schönes Design und Produktvideos können langes Warten auf die gewünschten Waren niemals wettmachen.

Darüber hinaus sollte von der Suchmaschinenoptimierung bis hin zu Marketingaktionen alles stimmen. Internetshopper haben aber glücklicherweise ein sehr gutes Gespür für einen seriösen und professionell betriebenen Onlineshop.