



**BERG  
FREUNDE.DE**

## Mit hochwertigen Produktinformationen und effizienten Prozessen der Gipfelstürmer im E-Commerce



*“Der Sprung von der Eigenentwicklung zum Akeneo PIM ermöglichte uns erst eine einfache, schnelle und flexible Internationalisierung.”*

– Philip Kunz

Head of Content bei der Bergfreunde GmbH



### Herausforderungen

- Pflege und Anreicherung waren durch Inkonsistenz in Attributen und Attributwerten extrem aufwendig
- Keine Lösung für Standortunabhängiges Arbeiten für Freelancer und Mitarbeiter
- Hohe Kosten für Übersetzungen und hoher Aufwand in der Handhabung von Content für internationale Märkte



### Nutzen

- Standardisierung und Konsistenz führen zu einem verbesserten Markenauftritt und Einkaufserlebnis für Kunden
- Die Cloud-Lösung ermöglicht standortunabhängiges Arbeiten (u.a. im Homeoffice) und definierte Workflows ermöglichen ein schnelleres Onboarding der Mitarbeiter
- Schnellere Time-to-Market, einfachere und schnellere Prozesse durch konsistente Attributwerte.

## Die falsche Ausrüstung für den Aufstieg – Internationalisierung mit der PIM Eigenentwicklung nicht zu schaffen



Bergfreunde.de ist europaweit einer der führenden E-Commerce Spezialisten für Outdoor- und Bergsport Equipment. 2006 begannen sie als Startup und begeistern mit mittlerweile über 300 Mitarbeitern die Welt des Outdoorsports mit Ihrem umfangreichen Sortiment. Seit 2013 gehören die Bergfreunde offiziell zur Backcountry Gruppe, die in den USA führender E-Com-Spezialist im Bereich Outdoor ist.

Vor Einführung des Akeneo PIM haben die Bergfreunde Ihren Content in einer PIM Eigenentwicklung verwaltet. Das hat in den ersten Jahren gut funktioniert bis die Internationalisierung Einzug hielt.

Die Inhouse-Lösung konnte zunächst erweitert/angepasst werden, wurde dadurch aber technisch viel zu komplex und war für das Team nicht nutzerfreundlich. Der gestiegene Aufwand für IT, Pflege und Weiterentwicklung wurde zu hoch und die Übersetzungskosten schnellten in die Höhe. Es wurden verschiedene Tools verwendet, wodurch das

Pflegen konsistenter Produktdaten in Form von standardisierten Attributen stark eingeschränkt wurde. Das erschwerte nicht nur die initiale Generierung des Contents, sondern auch die Datenaufbereitung für die Übersetzung. Und nicht zuletzt trieb es die Kosten in die Höhe, da Synonyme und selbst Rechtschreibfehler mehrfach übersetzt wurden.

Der Shop ist stark Saison-getrieben, mit 32.000 Parent-Produkten die alle saubere Produktinformationen und -texte benötigen wobei ca. 10.000 Produkte pro Saison neu hinzugefügt werden. Bei dieser Menge an neuen Produkten und dem Arbeitsaufwand zählen vor allem effiziente Prozesse, denn Bergfreunde-Kunden schätzen die präzisen, authentischen Informationen und Filtermöglichkeiten! Diese sollten daher noch besser werden und vor allem weniger fehleranfällig. Zudem war es eine reine Desktop-Anwendung, dadurch konnte den Mitarbeitern kein Homeoffice angeboten werden. Mit all diesen Aspekten fand der Ruf nach einer neuen Lösung schnell Gehör!

“*Mit der PIM-Eigenentwicklung sind wir sowohl technisch als auch mit der Pflege der Daten an unsere Grenzen gestoßen.*”

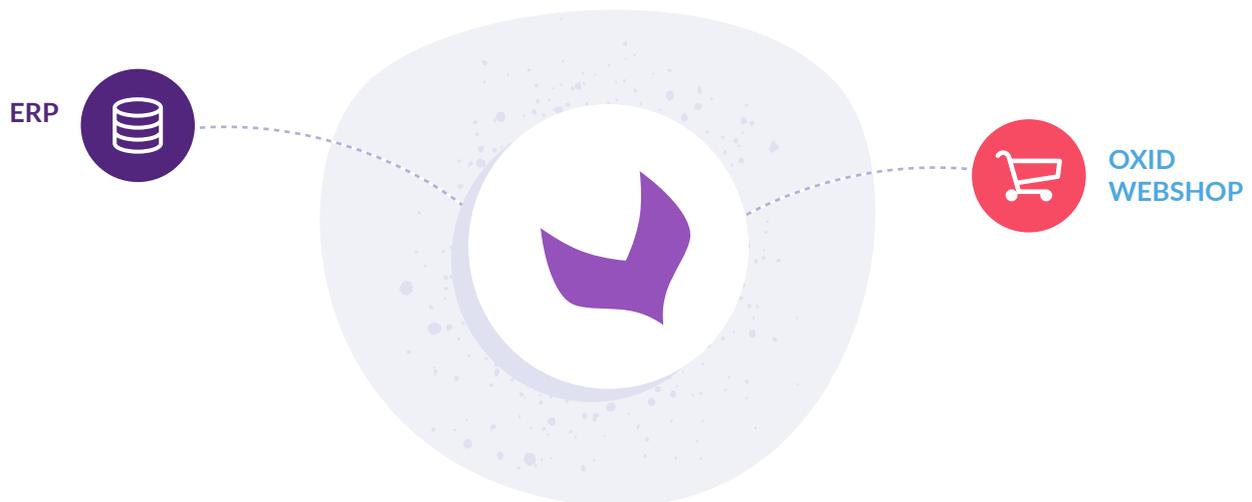
## Den Gipfel vor Augen: mit klar definierten Scope an die Umsetzung

Mitte 2017 haben sich die Bergfreunde auf die Suche nach einem Nachfolger für Ihr Inhouse-PIM gemacht. Der Fokus lag auf einer Cloud-basierten sowie Open Source Lösung, um Zukunftsfähig zu sein und die Flexibilität zu haben, das PIM an eigene Bedürfnisse anzupassen, je nachdem wie das weitere Wachstum es entsprechend erfordert. Zudem war es ebenfalls wichtig, eine ausgesprochen benutzerfreundliche Lösung zu haben, an der Mitarbeiter gern und schnell arbeiten können. Durch diese Punkte sind die Bergfreunde auf Akeneo aufmerksam geworden.

Im “Kick off“-Meeting, Februar 2018, wurde das Projekt mit dem Akeneo Integrationspartner gestartet und konnte schon im August Live gehen. Dabei wurde trotz der gewünschten Flexibilität durch Anpassbarkeit des PIM darauf geachtet, überwiegend im Akeneo PIM-Standard und mit dessen Konfigurationen zu arbeiten. Die einzige Anpassung, die durchgeführt wurde, gelang durch das **flagbit Table-Attribut**. Als E-Commerce Pure Player bedienen die Bergfreunde 13 Gebietsschemata, die aber nicht alle aus Sprachen bestehen. Für den DACH Raum gibt es den deutschen local und für die Schweiz und Österreich wurden z.B. Helvetismen hinzugefügt.



## Das Projekt auf einen Blick



Für alle anderen 10 Länder haben sie eigene Übersetzungen (Gebietsschemata). Durch das Maximum an hochwertigem Content, den die Bergfreunde zur Verfügung stellen, stellen sie sicher Kunden überall in Europa die gleiche gute Customer Experience zu bieten wie im Referenz-Shop Bergfreunde.de. Nun arbeiten 25 Mitarbeiter des Content Teams am Akeneo PIM, die verantwortlich für Artikelanlage und Stammdatenmanagement, Produktbilder, Produkttexte und Übersetzungen sind – vor allem an den Bereichen “Text und Übersetzungen”

“*Internationale Produktdaten können nun zeitgleich mit den deutschen Daten online gehen. Früher gab es Verzögerungen von bis zu 2 Wochen.*”

### Schöner Ausblick: Größter ROI: durch standardisierte Attributwerte Übersetzungskosten einsparen

#### **Kostensparnis bei Übersetzungen**

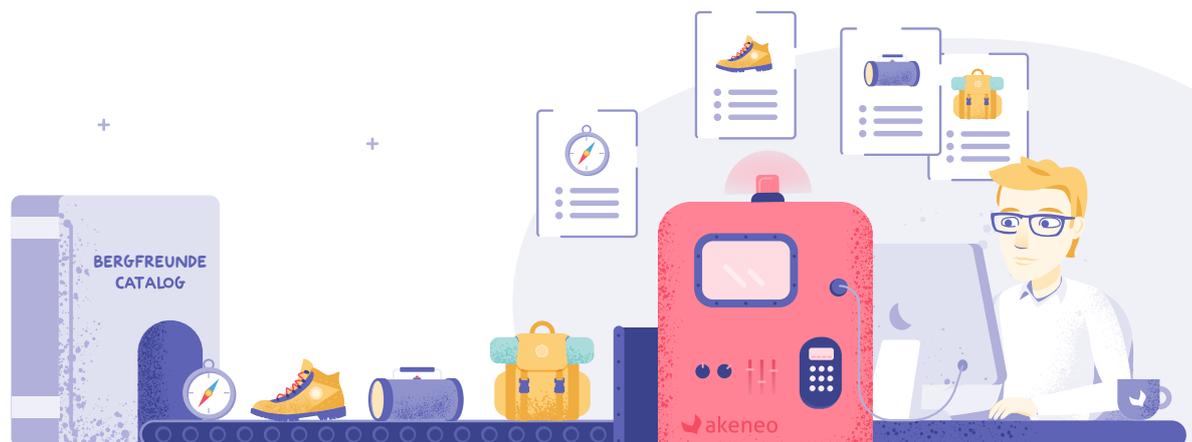
Die standardisierten Attribute waren, neben den vielfältigen Exportmöglichkeiten, ausschlaggebend dafür, dass die Bergfreunde bei der Anreicherung der Daten viel Zeit und Kosten gespart haben.

#### **Einfach unschlagbare usability**

Durch geringeren Aufwand bei der Einarbeitungs- /Vorbereitungszeit für interne und externe Mitarbeiter sowie festgelegte Standards, war eine Zeitersparnis deutlich merkbar und gestaltet die Datenpflege äußerst überschaubar/übersichtlich.

#### **Neues Sortiment nun auch International schnell auf der Zielgeraden**

Die Time-to-Market ist durch die standardisierten Attribute viel kürzer als sie es vorher war. Die meisten Produktdaten gehen mittlerweile zeitgleich mit den DE-Daten online. Früher gab es Verzögerungen von bis zu 2 Wochen.



## Einfache Einbindung eines Nachhaltigkeitsfilters

Die Liebe zur Natur eint alle Bergfreunde-Kunden. Sie sind äußerst Umweltbewusst und auf Nachhaltigkeit bedacht. Das Team konnte einfache Filtermöglichkeiten u.a. für "Recyceltes Material", "Bluesign", "PFC-Frei" und "Responsible Down Standard" einbauen.

(Immer mehr Unternehmen zählen auf Nachhaltigkeit. Das bestätigt auch unsere B2B-Studie, bei der 61% der Befragten nach dem Preis die Brand Values u.a. Produktherkunft, CO2 Fußabdruck,... als wichtigstes Kaufkriterium erachten.)

## Höhere Conversions durch bessere Produktinformationen – Lokalisierung geglückt

Die Fehlerreduktion, die einfache Handhabung und die Aufwandsersparnis bei der Erstellung von (mehr) Content sorgen für ein konsistentes Einkaufserlebnis – nun auch in anderen Sprachen. Besonders zeichnet sich das bei internationalen Kunden ab, die mehr Content als je zuvor vorfinden, der ihnen bei der Einkaufsentscheidung hilft.

*“Berge und Wälder sind die Heimat der Bergfreunde und für uns schützenswert. Mit unseren Nachhaltigkeitsfiltern wollen wir es unseren Kunden erleichtern, eine bewusste und nachhaltige Kaufentscheidung zu treffen. So können sie ganz einfach in einer Listenauswahl Produkte filtern, die bspw. PVC-frei sind, recyceltes Material enthalten oder ein Umweltsiegel tragen.“*

– Johanna Krohmer

Nachhaltigkeitsmanagement, Bergfreunde GmbH

## Über Akeneo

Akeneo gehört zu den weltweit führenden Anbietern von PIM-Systemen (Product Information Management), die Herstellern und Händlern die Bereitstellung einer einheitlichen und vollständigen Customer Experience über alle Verkaufskanäle hinweg ermöglicht; ob E-Commerce, Mobil, Print oder am Point of Sale. Mit Akeneos Open Source Enterprise PIM werden Produktdaten zentral harmonisiert, übersetzt und können intuitiv und flexibel von externen Zulieferern sowie den eigenen Mitarbeitern bearbeitet und genutzt werden.

 [hello@akeneo.com](mailto:hello@akeneo.com)



Besuchen Sie uns auf:

[www.akeneo.com](http://www.akeneo.com)