



## Case Study maier-sports.com

### Maier Sports

**Unternehmen:** Gründung im Jahr 1938,  
gehört seit 2015 zu Schwan  
Stabilo

**Mitarbeiter:** 120 Mitarbeiter in  
Deutschland (Maier Sports  
Gruppe)

**Branche:** Sport- und Outdoorbranche

**Partners:**



kultwerk

#### Das Unternehmen

*Maier Sports* ist ein Hersteller von Sport- und Outdoorbekleidung, der mit einem eigenen Webshop sein klassisches Handelsmarketing unterstützt.

#### Die Herausforderung


Bei der Realisierung des Projekts war es von besonderer Bedeutung, Produktdaten aufzubereiten und die internen Prozesse digital nachzubilden, um den Kunden ein attraktives Einkaufserlebnis präsentieren zu können. Sowohl redaktionelle Inhalte als auch E-Commerce-Daten sollten dazu einfach anpassbar sein.

#### Die Lösung

Die Digitalisierung von *Maier Sports* wurde auf Basis der flexiblen commercetools Plattform und dem Content-Management-System *DjangoCMS* umgesetzt.

#### Das Ergebnis

*Maier Sports* verfügt nun über ein modernes Web-Angebot, das auch auf mobilen Endgeräten bedienbar ist.



# Maier Sports - Moderner B2C-Shop für Sport- und Outdoorbekleidung

## Digitalisierung eines traditionellen Bekleidungsherstellers

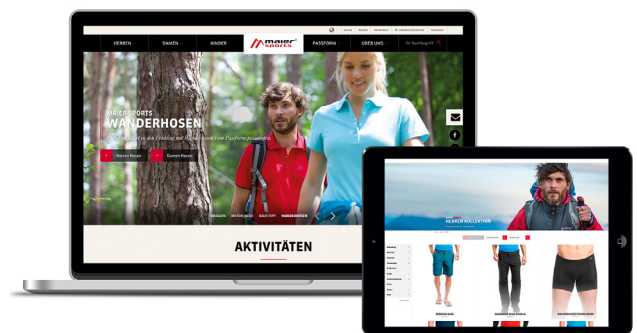
*Maier Sports* ist ein klassischer Hersteller von Sport- und Outdoorbekleidung, der vor gut siebzig Jahren gegründet wurde. Vor einigen Jahren wurde ein Webshop veröffentlicht, über den die eigenen Produkte vermarktet wurden. Da dieser sowohl in technischer Hinsicht als auch bezüglich des Designs und der Benutzerführung den Anforderungen von *Maier Sports* nicht mehr gerecht wurde, entschied sich das Unternehmen 2016 zu einem Relaunch.

Im Zuge dessen sollte der Webshop auf eine moderne Basis gestellt werden. Wichtig in diesem Zusammenhang waren vor allem die folgenden Punkte:

- **Responsive Design:** Die konsequente Umsetzung des Frontends gemäß moderner Design-Prinzipien, damit der Shop optimal für die Nutzung über Smartphones und Tablets vorbereitet ist.
- **Produktdaten und Geschäftslogik:** Bestehende Produktdaten sollten über ein Produktinformationsmanagement (PIM) zentral verwaltet und aufbereitet werden, um sowohl B2B- als auch B2C-Kunden auf allen Verkaufskanälen homogene Informationen anzubieten.
- **Content Commerce:** Als Hersteller und Passformspezialist in der Branche verfügt *Maier Sports* über viele Inhalte, beispielsweise

Abbildungen und Texte, die ebenfalls eingesetzt werden sollten, um die Produkte ansprechend zu inszenieren. Im Unterschied zu einem Händler steht das Unternehmen dabei zusätzlich vor der Herausforderung, auch die im Herstellungsprozess verwendeten Teilprodukte effizient zu verwalten.

- **Eigenmarken-Strategie:** Die Marke *GONSO* sollen ebenfalls von der neuen Plattform profitieren und schnell auf der neuen technischen Plattform online gebracht werden können.
- **Verkauf über Handelspartner:** Die Vermarktungsstrategie sieht vor, den Besuchern keine direkte Einkaufsmöglichkeit wie in einem klassischen Onlineshop anzubieten. Kunden informieren sich im Detail bei *Maier Sports* und werden bei Kaufinteresse entsprechend auf einen Online-Händler weitergeleitet, der das gewünschte Produkt in gewünschter Farbe und Größe vorrätig hat.





“*Die Neugestaltung des Maier Sports B2C Auftritts inklusive Integration des PIM-Systems ist ein zentraler Schritt, die Marke modern und zukunftsorientiert aufzustellen. Dadurch haben wir die Möglichkeit, stationäre sowie Onlinehändler automatisiert anzudocken und Maier Sports Produkte für den Endkunden ganzheitlich verfügbar zu machen.*”

(Daniel Rothmeier, E-Commerce-Manager)

## Schrittweise zu perfekten Produktdaten und hochwertigen Inhalten

Von zentraler Bedeutung für das Projekt war die Verwaltung der Produktdaten in einem modernen PIM: In einer “Datendrehscheibe” sollten alle relevanten Daten zentral gespeichert und doppelte Datenhaltung vermieden werden. Nach diversen Gesprächen und Workshops mit *commercetools*, den *IT-Agenten* und *kultwerk* entschied sich *Maier Sports* für die *commercetools* Plattform. Durch das integrierte PIM und die flexible API ist diese cloudbasierte Lösung in der Lage, auch umfangreiche und komplexe Produktdaten zu verwalten und über flexible API-Programmierschnittstellen verfügbar zu machen. Perspektivisch möchte *Maier Sports* seine Artikel über verschiedene neue Vertriebswege anbieten und wird dabei von den Omnichannel-Funktionalitäten der *commercetools* Plattform perfekt unterstützt.

Zur Verwaltung der Inhalte empfahlen die *IT-Agenten* die schlanke Lösung *DjangoCMS*, ein auf Python basierendes Content-Management-System, das sich flexibel an individuelle Prozesse anpassen und über Schnittstellen mit anderen Anwendungen verbinden lässt. Die Verknüpfung des CMS und der *commercetools* Plattform erfolgte durch die *IT-Agenten*.

Die Freiburger Agentur *kultwerk*, die *Maier Sports* und *GONSO* seit Ende 2012 berät und betreut, übernahm die strategische und konzeptionelle

Betreuung sowie die Designentwicklung und die Entwicklung des Frontends. Gemeinsam mit den *IT-Agenten* und *Maier Sports* erarbeiteten Sie die Schritte, um die Plattform erfolgreich zu launchen.

1. **Datenimport:** Zu Beginn des Projekts erstellten die *IT-Agenten* eine individuelle Anwendung, bei der Daten aus unterschiedlichen Quellformaten - beispielsweise Excel - ausgelesen und in einem einheitlichen Format in das PIM der *commercetools* Plattform importiert werden.
2. **Commerce Connector:** Dann wurde ein Service erstellt, über den sich Verfügbarkeiten von Online-Händlern abfragen lassen. Später sollen auch Bestände lokaler Händler darüber abgerufen werden können.
3. **ERP-Anbindung:** Dieser Schritt sah die vollständige Anbindung des PIM an die bereits existierende ERP-Lösung *BOS* von *Maier Sports* vor.
4. **B2C-Shop:** Anschließend erfolgte die Konzeption und Programmierung des Responsive-Frontends durch *kultwerk*. Parallel dazu integrierten die *IT-Agenten* CMS und E-Commerce-Lösung und setzten die Layout-Vorgaben um.



## Effiziente Prozesse und moderne Kundenansprache

Seit April 2017 verfügt *Maier Sports* nun über eine moderne Handelsplattform mit einer zentralen Datenverwaltung. Durch die CMS-Shopsystem-Integration kann das Unternehmen nun echten Content-Commerce betreiben und sämtliche Produkte optimal inszenieren. Bereits jetzt sind die Auswirkungen für das Unternehmen spürbar:

- **Geringerer Wartungsaufwand:** Da es sich bei der Plattform von commercetools um eine cloudbasierte Lösung handelt, die regelmäßig aktualisiert wird, entfallen Update- und Pflegeaufwände komplett.
- **Skalierbarkeit:** Durch den Cloud-Ansatz kann der Webshop schnell skalieren und ist damit auch bei Lastspitzen immer schnell und erreichbar.
- **Gesteigerte Effizienz:** Durch die Konsolidierung der Datenpflege müssen Produktinformationen nicht mehr an verschiedenen Stellen aktualisiert werden.
- **Mehr Reichweite:** Durch das neue Responsive Design spricht *Maier Sports* nun auch Kunden an, die den B2C-Shop über Smartphones und Tablets besuchen.

## Ein Blick in die Zukunft

In Zukunft möchte *Maier Sports* seine Online-Aktivitäten noch deutlich ausweiten. So ist etwa für

das nächste Jahr der Live-Gang des Eigenmarken-Shops GONSO geplant.

---

### commercetools

commercetools bietet eine Commerce-Plattform, mit der Händler das volle Potential der Cloud ausschöpfen können. Mit ihr verfügen Händler über die notwendigen Bausteine, um ihre Handelsstrategie für das nächste Handelszeitalter von "Commerce Everywhere" auf ein tragfähiges Fundament zu stellen. Unser moderner API-Ansatz ist die Schnittstelle zu Kanälen und Touchpoints aller Art - selbst die, die wir heute noch nicht kennen. Durch die modulare, agile Architektur der Lösung reduzieren sich Entwicklungszyklen signifikant.

### IT:Agenten

Die IT:Agenten aus München arbeiten als hochqualifizierte Projekt-Teams, zusammengestellt aus einem flexiblen Netzwerk von über 50 spezialisierten Experten für Produktentwicklung und Projektumsetzung.

### kultwerk

kultwerk ist eine inhabergeführte Agentur für digitale und klassische Kommunikation. Das Unternehmen aus Freiburg entwickeln seit über 13 Jahren Webseiten unterschiedlichster Ausprägung in fast allen Größenordnungen.

#### commercetools GmbH

Adams-Lehmann-Str. 44  
80797 München, Deutschland  
T: +49 (89) 998 2996-0  
E: [marketing@commercetools.de](mailto:marketing@commercetools.de)  
[www.commercetools.com](http://www.commercetools.com)

#### IT:Agenten GmbH

Blutenburgstr. 43  
80636 München, Deutschland  
T: +49 (89) 961 601 89-90  
E: [connect@it-agenten.com](mailto:connect@it-agenten.com)  
<http://ecommerce.it-agenten.com>

#### kultwerk GmbH

Holbeinstr. 2  
79100 Freiburg, Deutschland  
T: +49 (761) 458 9554-0  
E: [info@kultwerk.de](mailto:info@kultwerk.de)  
[www.kultwerk.de](http://www.kultwerk.de)