

 stadium®

Sportartikel-Händler Stadium führt E-Commerce-Feld an

Über Stadium

Stadium ist ein führender Sportartikelhändler mit Geschäften in Schweden, Finnland und Deutschland. Das Unternehmen wurde von den Brüdern Ulf und Bo Eklöf gegründet. Das an Sportstadien angelehnte Design der Ladengeschäfte soll ein Kundenerlebnis der besonderen Art schaffen und ist darauf ausgelegt, die Kunden zu einem aktiven und gesunden Lifestyle zu inspirieren und ihnen Lust zu machen, die Produkte im Laden auszuprobieren. Dank der Intershop Commerce Suite Software besuchen mittlerweile jeden Monat Millionen von Nutzern die E-Commerce-Shops von Stadium und machen das Unternehmen zu einem führenden E-Commerce-Anbieter in den nordischen Ländern.

www.stadium.se

Früh in den Startblöcken: Stadium seit über einer Dekade online

Mit der Planung seines ersten E-Commerce-Projektes hatte Stadium bereits 2005 begonnen. Damals waren die meisten E-Commerce-Websites hauptsächlich Versandhändlern und reinen Online-Händlern vorbehalten. Die meisten traditionellen Einzelhändler betrieben zu dieser Zeit noch gar keinen E-Commerce.

Mit www.stadium.se wurde 2007 die ursprüngliche E-Commerce-Webseite live geschaltet. Damals konnten die Kunden aus verschiedenen Kanälen wählen und die Produkte entweder online bestellen und dann im Geschäft abholen oder diese im Geschäft bestellen und sich nach Hause liefern lassen, wenn sie dort nicht vorrätig waren. Dieser Schritt war ein Meilenstein. Die Multi-Channel-Lösung von Stadium arbeitete mit verschiedenen Systemen einschließlich solchen für Einkauf und Lagerung.

Fredrik Persson, E-Commerce Manager bei Stadium, erklärt: „Dieses erste Projekt war sehr erfolgreich. In den ersten Jahren wuchsen die Online-Umsätze jährlich um 100 %. Seit 2012 haben sich die Einnahmen aus dem Online-Geschäft verdreifacht.“

Stadium hatte sein Konzept zunächst in Schweden, Finnland und Dänemark realisiert. Inzwischen hat der Sportartikelhersteller sein Dänemark-Engagement beendet und eine erste Filiale in Deutschland eröffnet. Mit weiteren Konzepten wie Stadium Outlet in Schweden und Finnland sowie Stadium Pulse mit einer Online-Präsenz in Schweden, verfügt das Unternehmen heute über sechs verschiedene Webshops. In den letzten Jahren ist Stadium kontinuierlich weiter gewachsen.

Schneller, höher, weiter

Ende 2015 änderte sich die Welt des Einzelhandels erneut und Stadium stellte sich der nächsten unternehmerischen Herausforderung. Nicht nur das Online-Geschäft des Unternehmens hatte sich inzwischen signifikant erhöht, auch der Markt hatte sich verändert. Kurz ausgedrückt hatten sich die Kompetenz und Ansprüche der Kunden im Hinblick auf das Shopping über mehrere Kanäle hinweg entscheidend erhöht.

„Die Kundenerwartungen sind heute höher als je zuvor“, führt Persson weiter aus. „Das Online-Geschäft ist nichts Neues mehr, es gibt also keinerlei Ausreden für Fehler. Es muss einfach alles laufen. Dabei reicht es nicht aus, wenn die Performance einfach nur OK ist, sie muss herausragend sein. Und dies umfasst alle Teile des Kundenerlebnisses: Von der Lieferung bis zur Leistungsfähigkeit der Website.“

Es musste also ein Update für den E-Commerce-Auftritt her. Die Online-Verkäufe und der Traffic hatten sich mit dem Erfolg der ersten Intershop Commerce Suite so stark erhöht, dass Stadium auch weiterhin eine Performance liefern wollte, die den Erwartungen der Kunden noch vorausgeht. Persson und sein Team hatten außerdem erkannt, dass sie die bestehende Plattform zwischen 2014 und 2015 an mehreren Punkten an die Kundenbedürfnisse angepasst hatten und sie mit einer neuen Plattform eventuell noch mehr Standard-Funktionalitäten nutzen könnten.

Stadium führte eine fundierte Prüfung der vier führenden Plattformen durch und kam schnell zu dem Schluss, dass Intershop auch weiterhin die beste technologische Lösung für seine steigenden Umsatzzahlen



STADIUM ONLINE-SHOP

und wachsenden Anforderungen an die Leistungsfähigkeit der Website darstellt. Das Team ist auch weiterhin davon begeistert, dass Intershop „einfach funktioniert“, und betont die Verlässlichkeit sowie den Vorteil der Lösung, die unterschiedlichsten Transaktionen zu unterstützen. Da Stadium bereits bewiesen hatte, dass es in der Lage war, das Geschäft auf neue Märkte auszuweiten und dabei auch neue Konzepte zu realisieren, sieht das Team der positiven Weiterentwicklung des Geschäfts voller Zuversicht entgegen.

Auch als Unternehmen begeistert Intershop den Retailer. So schätzt Stadium besonders den Status des Unternehmens als unabhängigen Verkäufer sowie die Tatsache, dass Intershop bei der Durchführung seiner Projekte auf ein Ökosystem spezialisierter Partner zurückgreift. Das macht es möglich, schnell auf die sich ständig ändernden Anforderungen des Marktes und der Technologie zu reagieren. Neben der langjährigen und guten Zusammenarbeit von Intershop mit Accenture Interactive (Brightstep) hat dies den Deal schließlich perfekt gemacht.

Persson erklärt: „Die Plattform von Intershop war eine sehr gute Lösung für uns. Sie ist sehr stabil und es gab keine Probleme mit Ausfallzeiten. Da man dort einfach alles anpassen kann, ist diese Lösung auch bestens für das Marketing über mehrere Kanäle hinweg geeignet.“

Wie gemacht für Erfolg

Stadium wollte mit der neuen Lösung alte Muster hinter sich lassen und sich von Mitbewerbern abheben. So unterscheiden sich die neuen Webshops von den alten vor allem in der Benutzeroberfläche, die neuartig gestaltet und mit innovativen Funktionen ausgestattet wurde. Der Bereich Mobile ist ein weiterer wichtiger Aspekt der neuen E-Commerce-Lösung. Nachdem das Unternehmen früher seinen Web-Auftritt manuell für die mobile Nutzung angepasst hatte, übernimmt diese Aufgabe heute die Plattform selbst, mit Hilfe von responsiven Designs.

Voll integriert in 44 unterschiedliche Backoffice- und Bezahlungssysteme, arbeitet Intershop nahtlos mit dem ERP-System, dem Warehouse-Management, dem Produktinformations-Management (PIM) und den neu konstruierten Lagersystem-Plattformen von Stadium. Eine weitere bedeutende Veränderung stellt der Wechsel zur Suchmaschine Solr dar.

Der Retailer wird weiterhin Erfolgsgeschichte schreiben. Wenn derzeit auch keine konkreten Pläne bekannt sind, wird Stadium zweifellos weiter für Innovation sorgen und neue Geschäftsfelder, Länder und Formate erschließen. Wenn das Unternehmen in Zukunft noch weiter wächst, wird dies nicht zuletzt auch seinen Omni-Channel-Lösungen zu verdanken sein.

ÜBER INTERSHOP

Intershop ist der führende unabhängige Anbieter innovativer und umfassender Lösungen für den Omni-Channel-Commerce.

Intershop-Lösungen entfesseln Ihr Business mit inspirierenden Optionen, einer unvergleichlichen Technologie und der Erfahrung aus 20 Jahren E-Commerce.

Intershop ist Ihr Partner, wenn es darum geht, Komplexes zu vereinfachen und in Zeiten des massiven Wandels innovative Konzepte für Ihr Online-Business zukunftssicher zu realisieren.

Weitere Informationen über Intershop erhalten Sie im Internet unter www.intershop.de.

Intershop Communications AG

Intershop Tower

07740 Jena, Germany

Telefon: +49 3641 50-0

Telefax: +49 3641 50-1111

info@intershop.de

www.intershop.de

© 2017 Intershop® Communications AG. Alle Rechte vorbehalten. Alle anderen Warenzeichen sind Eigentum ihrer jeweiligen Inhaber.