

# Case Study

Mit moderner Software  
Mode effizient vermarkten

Viele Modelabels und Textilhersteller würden gern über Online-Plattformen vertreiben, doch fehlt es unter anderem an Know-how und der erforderlichen Technologie. Welche Online-Plattformen sind wirklich wichtig? Wie präsentiere ich meine Waren? Wie lassen sich Content-, Vermarktungs- und Versandprozesse effizient organisieren? Genau an dieser Stelle kommt heypaula ins Spiel. Der Dienstleister und Händler verbindet die Modeszene mit nationalen und internationalen Plattformen wie z.B. Amazon, AboutYou, OTTO oder Zalando. Auf Plattformen wie diesen findet 80% des gesamten Mode-Onlinehandels in Deutschland statt. Derzeit beschäftigt das Unternehmen 20 festangestellte Mitarbeiter sowie ca. 30 Werkstudenten und Aushilfen.



E-Commerce ist vielfältig und anspruchsvoll. Wer die Klaviatur des Plattform-Managements nicht beherrscht, kann die ganze Bandbreite des Online-Handels nicht vollständig oder nur ineffizient nutzen. Vielen Modeherstellern fehlt jedoch das Know-how und die Infrastruktur, um erfolgreich auf OTTO, Amazon, Zalando & Co. zu verkaufen

Die Firma heypaula – eine Marke der cbecom GmbH – schließt diese Lücke. Sie vermarktet hochwertige Bekleidung, Schuhe & Accessoires als Händler oder als Dienstleistung für Marken auf allen gängigen Online-Plattformen. Ein boomendes Geschäft, bei dem sich der Umsatz von heypaula jährlich verdoppelt hat.

Als man mit der bisherigen Software aus der Startphase an Grenzen stieß, entschied sich das Unternehmen für den Wechsel auf ein modernes ERP-System. Dabei gelang es, zentrale Prozesse effizienter zu organisieren, die Datenhaltung zu vereinheitlichen und die Voraussetzungen für weiteres Wachstum zu schaffen.

## Skalierbarkeit fehlte

Systemseitig arbeitete heypaula bislang mit Pixi, einer speziell auf den E-Commerce-Handel zugeschnittenen Warenwirtschaftslösung. Um Daten mit den verschiedenen Online-Marktplätzen auszutauschen, nutzt das Handelsunternehmen zusätzlich die E-Commerce-Middleware von Tradebyte. Eine Kombination, die in der Startphase sehr erfolgreich war, mit zunehmendem Unternehmenswachstum aber immer unübersichtlicher wurde.

„Wir verdoppeln jährlich unseren Umsatz, arbeiten mit vielen neuen Marken zusammen und binden Minimum 4-5 neue Platt-

formen pro Jahr an. Im gleichen Maße wächst auch die Zahl der Vorgänge, die IT-seitig zu verarbeiten sind. Irgendwann sind wir an Grenzen gestoßen, weil die Automatisierung nicht weit genug ging. Speziell beim Thema Kanalanbindung, Content- und Retouren-Management war der Aufwand zu hoch“, erinnert sich Florian Zimmermann, Leiter Business Development & Channel Management bei heypaula. „Wir suchten nach einer offenen, skalierbaren Lösung, die sich flexibel an angrenzende Systeme anbinden lässt und mit den steigenden Anforderungen – auch an die Finanzbuchhaltung – mithalten kann“, erklärt Zimmermann.

### **Hoher Standardumfang**

Bei der folgenden Marktsondierung setzte sich Anfang 2016 in letzter Runde das ERP-System Microsoft Dynamics NAV gegen eine Software von SAP durch. Der Zuschlag für die Implementierung ging an die TSO-DATA GmbH aus Osnabrück. Ausschlaggebend war dabei insbesondere die auf den Versand- und E-Commerce-Handel zugeschnittene NAV-Branchenlösung KatarGo. „Alle Punkte, die aus unserer Sicht geschäftskritisch waren – wie etwa die Möglichkeiten zur Content-Anreicherung und automatischer Artikel-Errichtung, Warenwirtschaft, die Anbindung an Tradebyte und eine tiefgreifende Daten- und Finanzbuchhaltungs-Integration – waren bei KatarGo bereits abgedeckt“, begründet Florian Zimmermann.

Für ihn sind ERP-Projekte wegen ihrer Komplexität und den verbundenen Kosten ein hohes Risiko – gerade für kleine und mittelständische Unternehmen. „Trotz des strukturierten Auswahlverfahrens bleibt die Entscheidung Vertrauenssache. Bei TSO-DATA waren wir sicher, dass Versprechen auch eingehalten werden. Sie überzeugten uns mit Branchen-Know-how und verstanden sehr schnell, welche Anforderungen wichtig für uns waren“, ergänzt Zimmermann.

*„Bei TSO-DATA waren wir sicher, dass Versprechen auch eingehalten werden. Sie überzeugten uns mit Branchen-Know-how und verstanden sehr schnell, welche Anforderungen wichtig für uns waren.“*

### **Florian Zimmermann, Leiter Business Development & Channel Management bei heypaula**

Hinzu kam die Flexibilität bei der IT-Infrastruktur, denn heypaula entschied sich, KatarGo in der Cloud auf Microsoft Azure zu betreiben. „Ein eigenes Rechenzentrum gehört nicht zu unseren Kernbereichen. Für uns als wachstumsorientiertes Unternehmen ist vor allem die Flexibilität und Skalierbarkeit entscheidend. Mit wenigen Mausklicks können wir zusätzliche Server, Arbeitsplätze oder Kapazitäten hinzufügen. Die Wartezeit beträgt maximal einen halben Tag. Die Performance ist dabei durchweg sehr gut bei konkurrenzfähigen Preisen und SLAs“, unterstreicht Zimmermann.

### **Im Fokus: Plattform-Management**

Der Startschuss für die Implementierung fiel im Mai 2016. Anpassungen gab es vor allem beim Thema „Plattform-Management“. „Mit KatarGo haben wir nun die Möglichkeit all unsere Anforderungen an ein Produktinformationssystem (PIM) direkt aus der ERP-Lösung heraus zu bedienen.“ Zum Beispiel die Zuordnung von Bilddateien, welche in einem zentralen Verzeichnis abgelegt und im Anschluss von KatarGo automatisiert einem Artikel zugeordnet werden. „Für uns ist es wichtig, dass alle Informationen zentral an einer Stelle zu finden sind. Aufwendige Recherchen wären wegen der Sortimentsbreite kaum tragbar“, weiß Zimmermann. Auch in der Logistik gibt das Plattform-Management den Takt vor. Hier hat jede Online-Plattform ihre eigenen Vorgaben für Logistiker, Lieferscheine, Retouren oder Verpackungsmaterial.

Kommissioniert wird mit mobilen Handscannern von Honeywell, sodass bei jeder Entnahme sofort der Warenbestand aktualisiert wird. Das sorgt dafür, dass sich die Fehlerquote beim Kommissionieren deutlich reduziert. Ein erneuter Scan des Artikels am Versandplatz erzeugt die passenden Lieferpapiere und Versandetiketten. Auch am Wareneingang sorgen mobile Endgeräte

für mehr Effizienz. „Hier genügt ein einfacher Scan, um die angelieferten Waren den betreffenden Bestellungen zuzuordnen. Gleichzeitig werden unsere Mitarbeiter bei neuen Artikeln automatisch über benötigte Contentmuster informiert, falls noch Fotos oder Texte zu erstellen sind“, betont Zimmermann.

### **Auf allen Kanälen präsent**

Der Datenaustausch mit den verschiedenen Online-Marktplätzen läuft nach wie vor über Tradebyte. Darüber hinaus betreibt das Handelsunternehmen mit heypaula.de einen eigenen Webshop, der ebenfalls über Tradebyte an KatarGo angebunden ist. Ziel hierbei war es, die neue Unternehmenssoftware KatarGo durchgängig an Tradebyte anzubinden, um so viele Kanäle komfortabel und stabil über eine zentrale Middleware anzusteuern. Weitere Schnittstellen existieren zu bekannten Payment- und Versanddienstleistern wie DHL, Hermes und DPD. Über die PayPal- und Zahlungsdienstleister-Anbindung wie Computop oder Ratepay lassen sich eingehende Zahlungen bequem mit offenen Posten abgleichen.

### **Deutlich schnellere Prozesse**

Seit Mitte 2016 ist KatarGo an über 20 Arbeitsplätzen im Einsatz. Heute ist die Unternehmenssoftware Drehscheibe für Prozesse und Datenströme aus Bereichen wie Finanzen, Content Management oder Logistik. Weil KatarGo alle Informationen transparent an einer Stelle zusammenführt, sinkt nicht nur der Verwaltungsaufwand. Den optimierten Prozessen in der Logistik ist es zu verdanken, dass das Unternehmen massiv Zeit spart. „Die Kommissionierung läuft heute dreimal schneller als früher. Bei der Retourenverarbeitung erreichen wir sogar den Faktor 5“, bestätigt Zimmermann.

Mindestens ebenso wichtig ist aus seiner Sicht die gewonnene Flexibilität: Neue Versender, Labels, Marktplätze und Länder lassen sich mit wenig Aufwand in die vorhandenen Strukturen einbinden. Damit ist heypaula in der Lage, schnell zu wachsen und flexibel auf Marktänderungen zu reagieren. Nach Österreich, Frankreich und den Niederlanden bereitet das Unternehmen derzeit den Markteintritt in der Schweiz vor. „Seit wir vor knapp einem Jahr mit der neuen Software gestartet sind, haben wir unseren Umsatz verdoppelt. Die Umstellung verlief problemlos, organisatorisch haben wir davon kaum etwas gespürt“, unterstreicht Zimmermann. Die Zusammenarbeit mit TSO-DATA beurteilt er durchweg positiv: „TSO-DATA ist ein sehr kompetenter und unkomplizierter Partner.“

*„Die Umstellung verlief problemlos, organisatorisch haben wir davon kaum etwas gespürt. TSO-DATA ist ein sehr kompetenter und unkomplizierter Partner.“*

**Florian Zimmermann, Leiter Business Development & Channel Management bei heypaula**

### **Systemausbau in Planung**

Angesichts des positiven Projektverlaufs plant heypaula bereits den Systemausbau. Wurden die meisten Waren bislang über das eigene zentrale Lager versendet, setzt man künftig auf verteilte Läger und die direkte Anbindung von Herstellerlägern. „Über die Cloud können wir externe Läger einfach anbinden, zum Beispiel als Kommissionslager. Hier entwickeln wir gerade mit TSO-DATA eine SOAP-API, um eine möglichst flexible Anbindung an unser ERP anbieten zu können“, so Zimmermann.

Aktuell liegt der Fokus des Unternehmens immer stärker auf dem Dienstleistungsaspekt, um Marken den Markteintritt auf verschiedenen Online-Marktplätzen zu erleichtern, ohne die Ware immer zwingend selber einkaufen zu müssen. „Das hat für die Marke den Charme, dass sie auf den Plattformen ihr gesamtes Sortiment besser vermarkten kann – und das zu besseren Konditionen als im Handelsgeschäft – ohne sich dafür eine eigene Organisation aufbauen zu müssen“, erklärt Florian Zimmer-

mann. Als erstes externes Lager geht in diesen Tagen ein Fulfillment-Dienstleister mit der neuen SOAP-API an den Start, der die Logistik für mehrere Modelabels übernimmt.

*„Langweilig wird es in nächster Zeit auf jeden Fall nicht - wir haben noch viele Ideen, wie z.B. die Anbindung neuer Sortimente, die wir gerne mit unserem ERP und TSO-DATA zusammen umsetzen möchten.“*

**Florian Zimmermann, Leiter Business Development & Channel Management bei heypaula**



**Noch Fragen?**

TSO-DATA GmbH  
Jan Grundmann  
+49 (541) 1395-747 | [katargo@tso.de](mailto:katargo@tso.de)  
[katargo.de](http://katargo.de) | [tso.de](http://tso.de)

