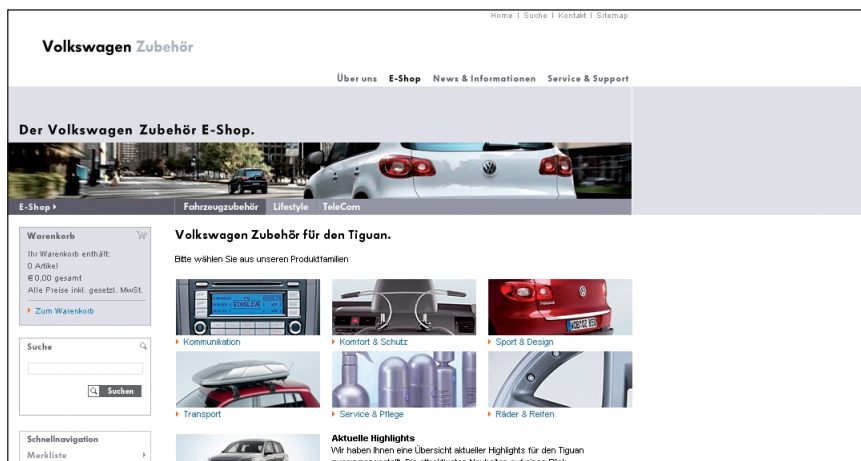


Volkswagen Zubehör: E-Shop passt zur Unternehmensentwicklung



Überblick

■ Die Aufgabe

Aufbau eines E-Shops und Integration in neu konzipierte Web-Seite; Einbindung der Volkswagen Partner in den Verkaufsprozess; strategische Unterstützung von neuen Kommunikationslösungen und Erweiterungen des Geschäftsmodells

■ Die Lösung

Ablösung der bisherigen E-Shop Plattform, Einführung von IBM WebSphere Commerce Version 6, Anbindung an SAP R/3 Enterprise

■ Die Vorteile

Sicherheit in Bezug auf Pflege und Weiterentwicklung durch namhaften Hersteller; breit angelegte Basisfunktionalität für Unterstützung künftiger Einsatzerweiterungen; weltweite IBM Unterstützung bei geplantem Rollout in andere Länder; Mehrsprachigkeit

Passgenauigkeit, Sicherheit, Funktionalität: Alles spricht für Originalzubehör.

Ob origineller Kinderflitzer im GTI-Design, Sicherheits-Fahrradträger für den Passat oder perfekt ins Handschuhfach passender iPod-Adapter für den Tiguan: Volkswagen Original Zubehör macht das eigene Fahrzeug komplett. Die Volkswagen Zubehör GmbH vermarktet das Sortiment mit über 8000 Zubehörteilen weltweit über die Volkswagen Partner. Die technische Entwicklung der Produkte erfolgt in Werksnähe in Wolfsburg. Volkswagen Zubehör bietet neben den gängigen Zubehörprodukten auch innovative Produktideen, parallel zu jeder Einführung neuer Modelle. Für Volkswagen Original Zubehör gelten besonders hohe Qualitäts- und Sicherheitsstandards: In punkto Passgenauigkeit, Wertbeständigkeit und Funktionalität ist man dank der engen Zusammenarbeit mit dem Autohersteller anderen Zubehörlieferanten einen entscheidenden Schritt voraus. Mit mehr als 200 Mitarbeitern wurden 2007 rund 370 Millionen Euro umgesetzt.

2-in-1-Modell: E-Shop verkauft und bahnt Zubehörverkauf an.

„Volkswagen Fahrer gibt es viele. Und viele langjährige. Aber nicht alle finden immer den Weg zu ihrem Volkswagen Partner, wenn sie individuelles Zubehör wünschen oder sich einfach informieren möchten“, sagt Christa Goede, Spezialistin für Online-Kommunikation und Public Relations bei Volkswagen Zubehör am Hauptsitz Dreieich bei Frankfurt. Die aktuelle Web-Seite mit integriertem E-Shop bietet allen Volkswagen Fahrern ein ganz neues Informations- und Einkaufserlebnis. „Damit erreichen wir auch diejenigen, die mit ihrem Fahrzeug nicht regelmäßig die Ausstellungsräume beim Händler besuchen“, so Christa Goede. „Und wir haben das Ziel erreicht, die Vertriebspartner mit einzubinden.“

Seit November 2007 ist die Web-Seite im aktuellen Corporate Design online (www.volkswagen-zubehoer.de). Früher getrennte Seiten des Konzerns wurden zusammengeführt, zum Beispiel Volkswagen Bikes, Volkswagen Telecom und Volkswagen Zubehör. Neu integriert wurden die E-Shops für Lifestyle und für Zubehör auf der Basis von IBM WebSphere Commerce Version 6. Interessenten können hier einen Querschnitt des Sortiments von Volkswagen Zubehör ansehen, Zubehör für ihren spezifischen Fahrzeugtyp recherchieren und über den E-Shop gleich mit dem Volkswagen Partner in der Nähe des Wohnorts Kontakt aufnehmen. Die ausgewählten Produkte liegen dann beim Volkswagen Partner

„Mit WebSphere haben wir uns von Anfang an strategisch richtig aufgestellt. Eine Plattform, die mit unserem Unternehmen mitwachsen kann.“

Christa Goede, Online-Kommunikation & Public Relations, Volkswagen Zubehör GmbH, Dreieich

bereit, oder Käufer und Werkstatt vereinbaren einen Termin für den Einbau. Dazu werden automatisch E-Mail-Benachrichtigungen generiert. „Mit dem E-Shop bringen wir Kunden und Händler zusammen. Diese Art der Kaufanbahnung und Integration der Händler ist ein Novum im Automobilbereich.“

Über den zweiten Shop werden Lifestyle-Accessoires wie Uhren, Modellautos, Schlüsselanhänger oder Bekleidung bestellt. Diese Produkte werden direkt an den Kunden nach Hause versandt oder liegen auf Wunsch beim Volkswagen Partner bereit. Selbstverständlich bietet die Seite auch Informationen über Verkaufsaktionen und Produktneuigkeiten, Kataloge und Download-Möglichkeiten, verschiedene Hilfsfunktionen und einen Login-Bereich. Hier können registrierte Benutzer ihre ausgewählten Produkte auf einer Merkliste abspeichern.

IBM WebSphere passt sich perfekt den Geschäftsanforderungen an.

Der frühere Web-Shop war veraltet und daher unflexibel. Er konnte nur sehr aufwändig aktualisiert werden. Es musste dringend etwas getan werden. 2007 begann man mit den ersten konzeptionellen Überlegungen: Der alte Web-Auftritt wurde noch auf das neue Corporate Design umgestellt, aber für die Funktionalität gab es ganz neue Pläne. In einem Lastenheft legte das Projektteam bei Volkswagen Zubehör fest, welche Voraussetzungen gegeben sind

und welche Bedingungen erfüllt sein müssten. Die neue Plattform musste zum Beispiel offene Schnittstellen aufweisen, damit sie reibungslos in die unternehmensweite IT eingebunden werden kann.

Aus einer Ausschreibung mit Wettbewerbspräsentation ging die Agentur db-bermondi aus Lehre-Wendhausen als Sieger hervor. Der Spezialist für digitale Medien und E-Commerce-Systeme stellte Volkswagen Zubehör ein stimmiges Gesamtkonzept vor: Als Basis für den E-Shop hat man IBM WebSphere Commerce Version 6 vorgeschlagen. Innerhalb von nur fünf Monaten wurde der neue Web-Auftritt mit einem Content Management System und der Shop-Lösung realisiert. Die Anbindung an das ERP-System SAP R/3 Enterprise von Volkswagen Zubehör erfolgt über Remote-Function-Call-Standardmechanismen, um Aufträge im SAP R/3 anlegen zu können oder um den Datenzugriff auf die Lagerbestände zu ermöglichen.

Die richtigen Werkzeuge schnell zur Hand, um neue strategische Ziele zu erreichen.

„Bei IBM können wir uns auf einen namhaften Anbieter verlassen, der die Software permanent weiterentwickelt“, betont Christa Goede. „Durch die Vielfalt der Basisfunktionalität halten wir uns alle Optionen für künftige Entwicklungen offen.“ Mit WebSphere kann Volkswagen Zubehör sehr schnell und flexibel auf die benötigten Tools zugreifen und weitere verkaufsaktive Elemente einbinden. Dabei gilt es, immer den Rahmenbedingungen wie Corporate-Design-Regeln oder Vertriebsstrukturen zu entsprechen. Wenn der E-Shop europaweit oder sogar weltweit eingeführt werden sollte, kann IBM als globaler Anbieter die notwendige Unterstützung bieten. Auch die Mehrsprachenfähigkeit erleichtert einen internationalen Rollout deutlich.

Die Benutzerfreundlichkeit des E-Shops wird permanent verbessert, die Zugriffe auf den Shop werden analysiert. Optimierungen lassen sich schnell ausführen. „Im Vergleich zu unserer früheren Shop-Lösung ist dies ein Quantensprung. Änderungen, die wir vorschlagen, können von unserer Agentur innerhalb kürzester Zeit vollzogen werden.“ Das Resümee von Christa Goede: „Wir begreifen E-Commerce als Wachstumsmarkt für unser Unternehmen. Mit WebSphere haben wir uns von Anfang an strategisch richtig aufgestellt. Eine Plattform, die mit unserem Unternehmen mitwachsen kann.“



IBM Deutschland GmbH
70548 Stuttgart
ibm.com/de

IBM Österreich
Obere Donaustraße 95
1020 Wien
ibm.com/at

IBM Schweiz
Vulkanstrasse 106
8010 Zürich
ibm.com/ch

Die IBM Homepage finden Sie unter:
ibm.com

IBM, das IBM Logo und ibm.com sind eingetragene Marken der IBM Corporation.

WebSphere ist eine Marke der IBM Corporation in den USA und/oder anderen Ländern.

SAP, das SAP Logo, mySAP und alle anderen hier genannten SAP Produkte sind Marken oder eingetragene Marken der SAP AG.

Weitere Unternehmens-, Produkt- oder Servicenames können Marken anderer Hersteller sein.

Diese Erfolgsgeschichte verdeutlicht, wie ein bestimmter IBM Kunde Technologien/Services von IBM und/oder einem IBM Business Partner einsetzt. Die hier beschriebenen Resultate und Vorteile wurden von zahlreichen Faktoren beeinflusst. IBM übernimmt keine Gewährleistung dafür, dass in anderen Kundensituationen ein vergleichbares Ergebnis erreicht werden kann. Alle hierin enthaltenen Informationen wurden vom jeweiligen Kunden und/oder IBM Business Partner bereitgestellt. IBM übernimmt keine Gewähr für die Richtigkeit dieser Informationen.

Gedruckt in Deutschland.

© Copyright IBM Corporation 2008
Alle Rechte vorbehalten.

IBM Form GK12-4335-00 (08/2008)