

# Fahrradteilekunden auf dem neuesten Stand dank STEP von Stibo Systems

## Hintergrund

SRAM wurde vor 25 Jahren von einer Gruppe Radsport-Enthusiasten gegründet und vertreibt eine breite Palette an Highend-Fahrradteilen für unterschiedliche Radtypen an Fahrradhersteller. Seit der ersten Innovation, mit der SRAM erstmals die Schalthebel vom unteren Rahmen (alter Standard) an den Fahrradlenker (heutiger Standard) verlegte, hat das Unternehmen rasch seine Aktivitäten auf die Bereiche Bremsen, Radaufhängungen und Kurbelgarnituren ausgeweitet, unter anderem durch die Übernahme von führenden Herstellern wie Avid, RockShox und Truvativ. Im Jahr 2010 überstieg der Umsatz erstmals 500 Millionen US-Dollar. Der Anteil von SRAM am Gesamtmarktvolumen für Fahrradteile von 3,5 Milliarden Dollar liegt damit bei über 15 Prozent.

## Herausforderung

SRAM ist nicht nur ein Lieferant, der den Bedarf von Radfahrern erfüllt, sondern ein Unternehmen, das von echten Enthusiasten geführt wird. „Da wir alle leidenschaftliche Radfahrer sind“, erzählt Patrick Brandwagt, Managing Director von SRAM Europe, „sind wir gleichzeitig unsere eigenen Kunden. Alles, was wir entwickeln, ist eine Fusion aus dem, was wir am Markt hören und was wir selbst uns wünschen.“

Ein hervorragendes Beispiel dafür ist die B2B-Website von SRAM. Sie ist der erste Kontaktpunkt für die Industriekunden, konnte früher jedoch deren Erwartungen nicht erfüllen. Während der Verkauf auch heute weitgehend im direkten Kontakt mit den Mitarbeitern erfolgt, werden auf der Website alle Informationen bereit gehalten, die die Hersteller für die technischen Spezifikationen ihrer Fahrräder benötigen.

Früher gab es Probleme, weil die Website nicht effizient, genau und häufig genug aktualisiert wurde. Es gab keine Anbindung der Website an das Product Lifestyle Management (PLM) System von SRAM, weshalb Daten mehrfach eingegeben werden mussten. Um dies zu ändern, begab sich SRAM 2013 auf die Suche nach einer Master Data Management (MDM) Lösung.

## Kundenprofil

SRAM  
www.sram.com

## Branche

Fahrradteilehersteller

## Herausforderung

- ◆ Bedarf einer stets aktuellen Produkt-Website
- ◆ Vermeidung von Fehlern, die durch langwierige manuelle Dateneingaben entstehen
- ◆ Aufbau einer Website, die künftig erweitert und verbessert werden kann

## Lösung

- ◆ Nutzung der Master Data Management (MDM) Plattform STEP von Stibo Systems für die automatisierte Erfassung von Produktdaten, die Vermeidung von Eingabefehlern und die laufende Aktualisierung der Datenbank.

## Dauerhafte Vorteile

- ◆ Die Kunden können komplette Datensätze herunterladen, anstatt Informationen manuell vom Bildschirm zu kopieren
- ◆ Die Marketingabteilungen können Daten bei Produkteinführung anlegen und später jederzeit aktualisieren
- ◆ Die Produktdaten können für wichtige Märkte, wie z. B. China, schneller übersetzt werden

## Lösung

In einer Welt, die sich laufend verändert, sind die nützlichen Strategien von gestern oft heute schon veraltet. Das gilt auch für die Produktdaten auf der Website von SRAM. „Wir haben unsere Website früher einmal jährlich aktualisiert“, räumt Brandwagt ein. „Alle Produktmanager und Vertriebsmitarbeiter mussten ran und ihre Daten von Hand eingeben. Das ging im Oktober los und dauerte manchmal bis Dezember. Das war ein ineffizientes und fehlerträchtiges Verfahren, und nach dem Update hat sich niemand mehr um die Datenpflege gekümmert.“

SRAMs Suche nach einer besseren Lösung begann 2013. Schnell kristallisierten sich die MDM-Plattform STEP von Stibo Systems und das E-Commerce-System Hybris als mögliche Lösungen heraus. „STEP war damals schon bei unserem Kunden Trek in Betrieb, also haben wir uns dort angeschaut, wie das System funktioniert und wie es auf den dortigen Bedarf angepasst wurde. Das hat uns die Sicherheit gegeben, dass STEP auch für uns die richtige Lösung ist.“

Die neue Plattform wurde zunächst für mehrere Abteilungen und danach für alle internationalen Standorte eingeführt. „Das ist alles sehr gut gelaufen“, so Brandwagt. „Zwei erfahrene Berater von Stibo Systems haben uns unterstützt. Sie waren mit unserer Branche gut vertraut und haben dafür gesorgt, dass das System alle notwendigen Funktionen aufweist.“

**„Zwei erfahrene Berater von Stibo Systems haben uns unterstützt. Sie waren mit unserer Branche gut vertraut und haben dafür gesorgt, dass das System alle notwendigen Funktionen aufweist.“**

Patrick Brandwagt  
Managing Director, SRAM Europe

## Ergebnisse

Da jetzt alles automatisch vor sich geht, werden die Produktdetails bereits in der Entwicklungsphase von den Ingenieuren im System angelegt. Dadurch hat das Marketingteam einen enormen Zeitvorteil, denn es kann mit der Vermarktung beginnen, sobald ein Produkt die Marktreife erreicht. Spätere Produktmodifikationen können jederzeit eingepflegt werden. Nachdem er gesehen hat, was mit einer korrekt implementierten Datenlösung alles möglich ist, ist Brandwagt überzeugt, dass das Verbesserungspotenzial jetzt nur noch von den Zukunftsvisionen von SRAM abhängt. „Die Website funktioniert gut und ist jetzt viel besser als früher, aber ganz zufrieden sind wir noch nicht“, räumt er ein. „Wir verbessern gerade die Suchfunktion und auch die User Experience, indem wir das Layout neu strukturieren.“

Wenngleich die MDM-Lösung vor allem darauf ausgelegt ist, den Fahrradherstellern alle wichtigen Produktinformationen und technischen Daten als Entscheidungsgrundlage bereitzustellen, erwartet Brandwagt, dass auch die Großhändler von den Veränderungen begeistert sein werden. „Früher mussten die Händler sich die benötigten Informationen im Copy-Paste-Verfahren heraussuchen, heute können sie die Datensätze einfach herunterladen.“

Die Website ist jetzt bereit, in mehrere Sprachen übersetzt zu werden, um die Anforderungen eines globalisierten Fahrradmarkts zu erfüllen. „Die Fahrradbranche produziert immer mehr in Shanghai, also müssen wir dort auch präsent sein. In China wird nur wenig Englisch gesprochen, deshalb übersetzen wir jetzt alles ins Chinesische.“

Foto: Victor Lucas

## Über Stibo Systems

Stibo Systems ist der weltweit führende Anbieter für Multi-Domain Master Data Management (MDM) Lösungen. Branchenführer vertrauen auf Stibo Systems bei der Verbindung von Produkt-, Kunden-, Lieferanten- und anderen Unternehmensdaten für eine kanalübergreifende Konsistenz. Dies ermöglicht Unternehmen effektivere Entscheidungen, Umsatzsteigerungen und eine Mehrwertgenerierung. In den vergangenen 30 Jahren hat Stibo Systems international führende Unternehmen dabei unterstützt, eine einzige vertrauenswürdige Quelle für strategische Informationen zu schaffen. Stibo Systems ist Teil des 1794 gegründeten Privatkonzerns Stibo A/S mit der Konzernzentrale in Aarhus, Dänemark.

Weitere Informationen finden Sie auf [www.stibosystems.de](http://www.stibosystems.de).