



## Case Study MIETSKI.COM GmbH

### MIETSKI.COM GmbH

|              |   |
|--------------|---|
| Gründung:    | 2007  |
| Sitz:        | Schlitters im Zillertal<br>(Österreich)   |
| Branche:     | Sporthandel   |
| Umsatz:      | > 1 Mio. Euro   |
| Mitarbeiter: | ca. 30 Personen in der<br>Wintersaison  |
| Partner:     |  <b>pixelart</b> |

#### Das Unternehmen

MIETSKI wurde 2007 gegründet und zählt zu den beliebtesten Skiverleihern in Österreich. Das Unternehmen bietet eine vielfältige Auswahl an aktueller Skiausrüstung, welche online ausgewählt werden und direkt am Urlaubsort abgeholt werden kann.

#### Die Herausforderung

Wichtig für das Unternehmen ist vor allem eine hohe Zuverlässigkeit des Systems. Die komplexe Berechnung von Preisen, Verfügbarkeiten und Längen muss auch bei Lastspitzen schnell und fehlerlos funktionieren.

#### Die Lösung

Das Unternehmen entschied sich für einen Relaunch auf Basis der commercetools Plattform. Auf dieser Basis wurde ein individuelles System im Zusammenspiel mit Salesforce implementiert, über das sowohl Kunden als auch Mitarbeiter einfach und in Echtzeit auf das verfügbare Sortiment zugreifen können.

#### Das Ergebnis

MIETSKI verfügt nun über ein hochmodernes Online-Verleihsystem, das auch bei saisonalen Lastspitzen schnell und zuverlässig arbeitet und auch über mobile Endgeräte einfach zu bedienen ist.

# Ski einfach und schnell online verleihen

## Ein moderner Online-Verleih für die perfekte Skiausrüstung

MIETSKI verleiht seit 2007 Skiausrüstung an sieben bekannten Wintersportorten wie Ischgl, Sölden, Mayrhofen im Zillertal, St. Anton am Arlberg und Saalbach-Hinterglemm. Kunden können sich über die Webseite des Unternehmens für ihr bevorzugtes Equipment entscheiden und es direkt buchen. Ski und Boards sind jeden Winter komplett neu, die dynamischen Preise starten ab 19 Euro pro Woche. Das Konzept ist das der Frühbucherrabatte: Je früher man bucht, desto billiger ist es. Die Übergabe der Mietware erfolgt dann durch die Mitarbeiter vor Ort. Zur Besonderheit des Unternehmens gehört es, den optimalen Mietski in passender Länge anzubieten und ausschließlich neuestes Material der aktuellen Saison zu verleihen.

Technisch gesehen entwickelte MIETSKI ein eigenes Buchungssystem, das auf einer Reihe kleinerer Insellösungen und dem CMS Typo3 basierte. Aufgrund der steigenden Besucherzahlen und des komplexer werdenden Produktsortiments entschied MIETSKI Anfang 2016, es durch ein neues, durchgängig skalierbares System zu ersetzen. Es sollte den Zugriff über mobile Endgeräte erleichtern und ein intelligentes Warenkorbsystem zum Einsatz kommen. Im Zuge des Relaunches wurde auch das POS-System im Shop vor Ort über Salesforce (Bestandsdaten) implementiert und mit commercetools (Modell- und Preisdaten) verbunden.

## Individuelles Geschäftsmodell skalierbar und zuverlässig abbilden

Schon während der Planungsphase war den Beteiligten klar, dass man bei der neuen Lösung komplett cloudbasiert arbeiten wollte. MIETSKI hatte schon seit einigen Jahren Salesforce als CRM im Einsatz und auch bei der internen Organisation bewusst auf eine Cloud-Lösung gesetzt. Die guten Erfahrungen aus der Vergangenheit war der Hauptgrund, warum man das neue Buchungssystem ebenfalls als Cloud-Lösung umsetzen wollte.

Neben Faktoren wie Skalierbarkeit, Performance und Ausfallsicherheit war bei der Entscheidung für die neue Technologie die Hardware-Unabhängigkeit in den Geschäften vor Ort relevant: Die Mitarbeiter sollten komplett mit webbasierten Oberflächen arbeiten und alle Prozesse über den Webbrowser steuern können, ohne zusätzliche Software installieren zu müssen. Mit dem neuen System

kann nun die Abwicklung des Verleihvorgangs vor Ort sicher erfolgen, ganz unabhängig davon, welches Endgerät dafür benutzt wird.

Aus diesem Grund entschied sich MIETSKI bei der Umsetzung des neuen Buchungsportals für eine Kombination aus der hochskalierbaren und flexiblen commercetools-Plattform und dem ebenfalls cloudbasierten CMS von contentful. Diese Systeme wurden mit dem bereits bestehenden Salesforce CRM und der Salesforce Marketing-Cloud integriert.



## Projektdurchführung mit Cloud-Experten

Nach der Evaluierungsphase von Juli bis Dezember 2015 erfolgte die Umsetzung durch commercetools, die Digitalagentur Pixelart, die Design-Agentur Menonthemoon und dem Salesforce-Partner Factory42. Der komplette Relaunch ging im Juli 2017 von statten. Unter anderem wurden diese Aufgaben von den Projektbeteiligten umgesetzt:

- dreisprachige Buchungsplattform mit hoher Besucherfrequenz für Ski und Boards
- hochskalierbares Gesamtsystem, das in der Cloud betrieben wird; Updates der Kernsysteme werden automatisiert durchgeführt
- individuelle Preis-, Verfügbarkeits- und Auslastungsberechnungen
- intelligente Logik, um Zielauslastungen je Saison und Buchungsklasse zu steuern
- komplexer Algorithmus zur individuellen Längenberechnung von Ski und Boards
- mehr Möglichkeiten für gezielte Aktionen je nach Skiort und Auslastung
- Inbound-Strategie mit Call-To-Action-Elementen
- Persona-bezogener Content wie z.B. Familien und Gruppen



*„Eine hohe Performance und technologisch immer am Puls der Zeit zu sein, ohne sich laufend darum kümmern zu müssen, das machen die Cloud-Spezialisten bei Salesforce, contentful und commercetools für uns!“*

– David Wolfart, Mitgründer und Geschäftsführer MIETSKI

## Und so läuft die Seite auf Basis des neuen Systems

Bereits kurze Zeit nach dem Launch kann MIETSKI auf einige Erfolge der neuen Buchungsplattform verweisen. Dabei ist einer der größten Vorteile die sehr gute Transparenz und Durchgängigkeit. Darüber hinaus wurde aufgrund des mobil-optimierten Onlineverleihs die Benutzerfreundlichkeit deutlich verbessert.

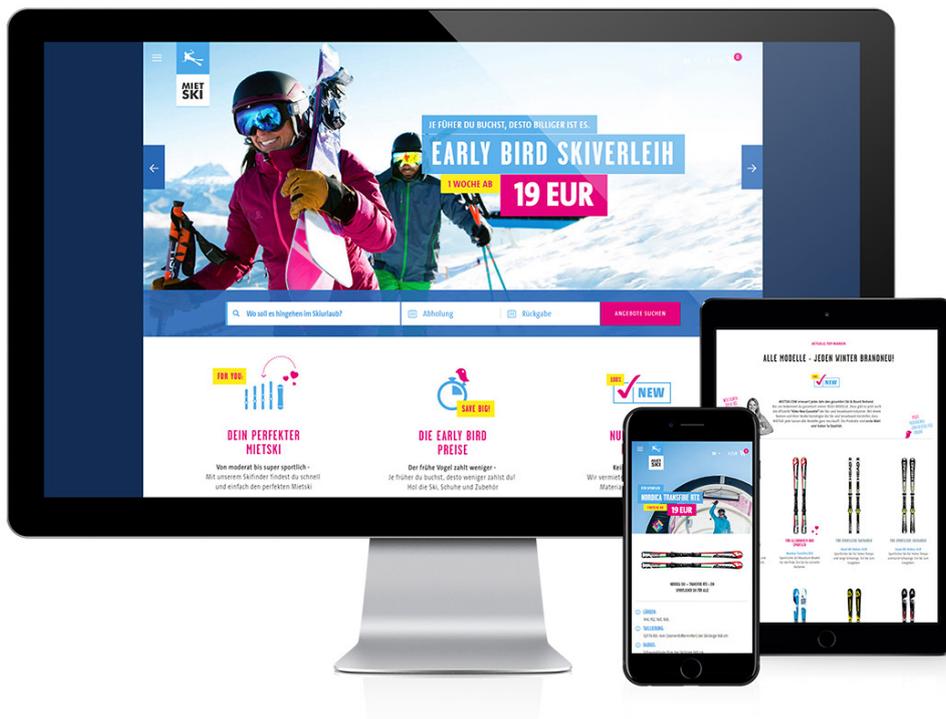
- **Mobile Nutzung:** Sowohl Kunden als auch Mitarbeiter können das Buchungssystem
- **Mehr Effizienz am POS:** Das neue System erlaubt den schnelleren Online-Zugriff auf Kunden-, Buchungs- und Produktdaten über den Webbrowser – vor Ort ist keine installierte Software erforderlich. Eine sehr hohe Ausfallsicherheit ist nun garantiert.

komplett über mobile Endgeräte wie Smartphones und Tablets nutzen.

*„An unserem Beispiel kann man gut erkennen, dass Innovation nichts mit Größe zu tun hat, und dass auch kleinere Unternehmen mit dem ‘Klavier der Großen’ spielen können.“*

– Markus Scalet, Mitgründer und Geschäftsführer MIETSKI





- **Bequemere Bestellvorgang:** Durch die smarte Warenkorblösung findet der Kunde das optimale Modell in der passenden Länge zum günstigsten Preis und schließt durch den optimierten Check-Out-Prozess die Buchung leicht ab. Sollte er danach eine Änderung wünschen, kann er über einen Link in der Buchungsbestätigung ein Produkt umtauschen (z.B. dasselbe Modell nur in kürzerer Länge), ergänzen (z.B. Skischuhe und Helm hinzufügen) oder stornieren.
- **Mehrwert für Kunden:** In Zukunft kann aufgrund des letzten verwendeten Ski-Modells automatisch das nachfolgende Modell in der kommenden Saison angeboten werden. War der Kunde mit diesem Ski nicht so zufrieden, dann empfiehlt MIETSKI ein anderes Modell, das für die Ansprüche oder das Fahrkönnen des Kunden besser geeignet ist. Durch diese reflektierte Vorgehensweise erübrigen sich für den Kunden etwaige Fragen und eine neue Wiederbuchung wird dadurch beschleunigt.

## Kundenfeedback zwei Jahre nach der Implementierung

### Den Herausforderungen gewachsen

Durch die Entscheidung, die Standortstrategie zu ändern und die Stores in die Zentren der Spitzenskiorte hinein zu verlegen, ließ sich ein Wachstum der Conversion Rate und ein Umsatzwachstum von 15 Prozent erzielen. Die Saison 2018/19 hatte bereits vielversprechend mit 30 Prozent mehr Zugriffen bei den early bird-Buchungen im Juli begonnen. Das Frühbuchersystem erlaubte schnell erste Hochrechnungen über die benötigte Materialmenge. Zusätzlich zu den Buchungen

aus der näheren Umgebung, die meist kurzfristiger eingehen, sind auch wetterbedingte Mehrbuchungen mit einzuplanen. Starke Schneefälle beispielsweise in der Steiermark führten zu einer Vielzahl an kurzfristigen Buchungen in den Skigebieten. Die meisten Kunden benötigten vor allem Tiefschneetaugliches Equipment.

Auch komplexen Vorgängen wie dem umgehenden Austausch gestohlener, defekter oder verlorener Geräte lässt sich mit der Plattform



*„Wir waren mit der Kombination Salesforce als CRM und commercetools perfekt aufgestellt – und das, obwohl unser Kernteam in der Nebensaison nur aus drei Mitarbeitern besteht. Dann kam der Jahrhunderttschnee und damit ein enormer Nachfrage-Peak Anfang Januar. Und bisher können wir bestätigen: Das System ist der Anfrage vollauf gewachsen.“*

– David Wolfart, Mitgründer und Geschäftsführer MIETSKI

gut begegnen. Der Bestand ist so programmiert, dass nie 100 Prozent einer Materialsorte gebucht werden können. Es läuft immer ein Minusbestand mit, der sich sieben Tage vorher automatisch auflöst. Dieser geht dann in den Vor-Ort-Verleih, und darauf wird im Verlustfall zurückgegriffen. So lässt sich noch am selben Tag ein Ersatzprodukt stellen.

#### **Zielgruppen perfekt informieren**

Auch wenn MIETSKI nach wie vor als lokaler Vermieter wahrgenommen werden möchte, setzt man beim Marketing auf perfekt auf die einzelnen Personas abgestimmtes Storytelling. Durch konstante Pflege der Kundendaten lassen sich zwei Haupt-Zielgruppen herauslesen: Die Gäste, die zwischen den Top-Skigebieten wie Ischgl oder Sölden wechseln, um stets neue Pisten und Herausforderungen anzutreffen, gilt es, immer wieder neu abzuholen, beziehungsweise

für sie die Infrastruktur an den Top-Skigebieten vorzuhalten. Andere Bedürfnisse in der Ansprache haben Familien: Sie sind eher in den Rand-Skigebieten unterwegs und halten ihren Orten die Treue, weil sie sich dort auskennen und nicht alles rund um die Kinder jedesmal aufs Neue organisieren müssen.

Im System bedeutet das: Die Verhaltensregeln unterschiedlicher Personas werden definiert und passgenau mit entsprechenden Informationen versorgt. Die Marketing Cloud von Salesforce, die über eine API-Schnittstelle die Produktdaten von commercetools verarbeitet, spielt den entsprechenden Content dynamisch aus. So bekommen Kunden die Informationen, die sie wirklich brauchen. Denn nur passgenaues Storytelling bringt Ergebnisse. Selbstverständlich gilt aber: Den einen Kunden gibt es nicht, nur klare Zielgruppenanalysen.

#### **Über commercetools**

commercetools bildet mit seiner cloudbasierten E-Commerce-Plattform die Grundlage für die Post-Web-Ära. Die Technologie erlaubt es Marken und Händlern inspirierende Einkaufserlebnisse auf allen Kanälen zu schaffen, von mobilen Apps bis hin zu Sprachassistenten. commercetools wurde 2006 gegründet und gehört seit 2014 zur REWE Digital GmbH. An den Standorten München, Berlin, Jena, Amsterdam (Niederlande) und Durham (North Carolina/USA) betreuen über 150 Mitarbeiter internationale Marken wie Carhartt, Cimpres und Wizards of the Coast (Hasbro).

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)  
Berlin - Jena - Amsterdam - London - Durham NC