



Ibexa lässt für Getzner zaubern



Getzner ist der weltweit führende Hersteller von afrikanischen Modestoffen (Brokaten). Darüber hinaus produziert das Unternehmen hochwertige Textilien für eine Vielzahl von Anwendungen, darunter Segelstoffe, Schutzbekleidung, Schalldämmung und mehr. Zu den weiteren Geschäftsbereichen von Getzner gehört ein Bereich für "Mobilität", der Polsterstoffe für Busse, Züge und Autos herstellt.

Gegründet im Jahr 1818 in Bludenz, Österreich, betreibt das Unternehmen heute sieben Produktionsstätten, beschäftigt 1.500 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und hat einen Jahresumsatz von über 400 Millionen Euro, wobei der Großteil aus dem Export von Bekleidungsdamasten nach Afrika stammt.

Die Kundenerfahrung auf seiner WordPress-Plattform war um diese Geschäftsbereiche herum organisiert, was es für Besucher schwierig machte, die gesuchten Produkte zu finden.

Getzner musste sich von einer fragmentierten, auf WordPress basierenden digitalen Landschaft zu einer DXP migrieren, die es ihm ermöglichen würde, eine flexible und sinnvolle Kundenerfahrung für die verschiedenen Märkte zu schaffen, die es bedient. Mit Hilfe von Ibexa DXP wurde die neue Website im Februar 2023 live geschaltet, und damit begann die erste Phase von Getznors neuer digitaler Strategie.

Als nächstes auf der Agenda stehen die neuen KPIs, eine verstärkte Personalisierung und ein Webshop für den wichtigsten Geschäftsbereich von Getzner, die afrikanische Mode.

Man weiß nicht immer, wo man in fünf Jahren sein möchte. Und dank der modularen Architektur von Ibexa DXP können Sie Ihre Strategie schrittweise bestimmen und umsetzen.

Ulrike Kraler
Head of Marketing & Communications, Getzner



Herausforderungen

- Eine komplexe Landschaft digitaler Altlasten, bei der die Getzner LOBS-Plattform auf verschiedenen CMS-Implementierungen aufgebaut war.
- Die Website war nicht kundenorientiert, sondern konzentrierte sich auf die unterschiedlichen Geschäftsmodelle und Märkte von Getzner.
- Die Produktsuche war frustrierend.
- Die Karriere- und Veranstaltungsseiten ließen keine Filter zu.



Projektübersicht

- Beauftragung einer technischen Agentur, die die Vision und Fähigkeit hat, die neue Strategie umzusetzen.
- Die Agentur schlug zwei DXP-Lösungen vor; die Wahl fiel auf Ibexa DXP.
- Erstellung einer separaten Website und Gestaltung für den afrikanischen Markt als Instanz von Ibexa DXP.
- Entscheidung, 2023 proaktiv mit einer "Minimal Viable Product (MVP)"-Iteration der Website zu starten.



Geschäftsvorteile

- Die Website wurde so umgestaltet, dass sie sich an den Bedürfnissen der Kunden anstatt an den Geschäftsbereichen von Getzner orientiert.
- Die afrikanische Fashion-Site hat ein anderes Design, um sich auf die Implementierung von B2C-E-Commerce vorzubereiten.
- Die Suche nach Karrieremöglichkeiten ist intuitiver.
- Bereits jetzt ist dieses MVP besser als die WordPress-Umgebung.



Warum Ibexa?

Im Jahr 2020 informierte Getzner seinen neuen technischen Partner, Logic Joe, über seine Anforderungen an eine Digital Experience Plattform. Die Agentur schlug Ibexa DXP vor und eine eher monolithische Lösung, die viel zu kostspielig und umständlich in der Umsetzung und Pflege war. Der Vorteil von Ibexa DXP lag in seiner modularen Architektur, die Getzner die Flexibilität gab, seine digitale Strategie anzupassen, während es immer mehr Funktionen der Plattform implementierte. Eine davon ist das E-Commerce-Modul, das auf der B2C-Website für den Geschäftsbereich African Fashion von Getzner eingeführt werden soll.

Hindernissen entfernen für skalierbares Wachstum

Seit seiner Gründung vor mehr als 200 Jahren hat der österreichische Textilhersteller Getzner eine Reputation für Exzellenz in einer Vielzahl von Märkten aufgebaut. Die Polizei und Rettungskräfte tragen durchstichfeste Getzner-Textilien; Architekten setzen auf die Marke acunic® für Schalldämmung; die spektakulären traditionellen Brokate werden auf Straßenmärkten in ganz Senegal und Mali verkauft, wo Getzner und seine Partner kürzlich eine Kinderklinik und Entbindungsstation eröffnet haben.

Diese soziale Verantwortung ist ein zentraler Bestandteil von Getzners Vision, und das nicht nur in Afrika. Der Hauptsitz und die Hauptproduktionsstätte befinden sich in den österreichischen Alpen. Das Unternehmen betreibt Wasserkraftgeneratoren in Bludenz und Bürs, die etwa 90% seines Stromverbrauchs liefern. Ein weiterer Teil von Getzners sozialer Erzählung ist sein großer Schwerpunkt auf Ausbildungsplätzen sowie ein kürzlich durchgeführtes Wohnprojekt mit 61 energieeffizienten Apartments in Bludenz.

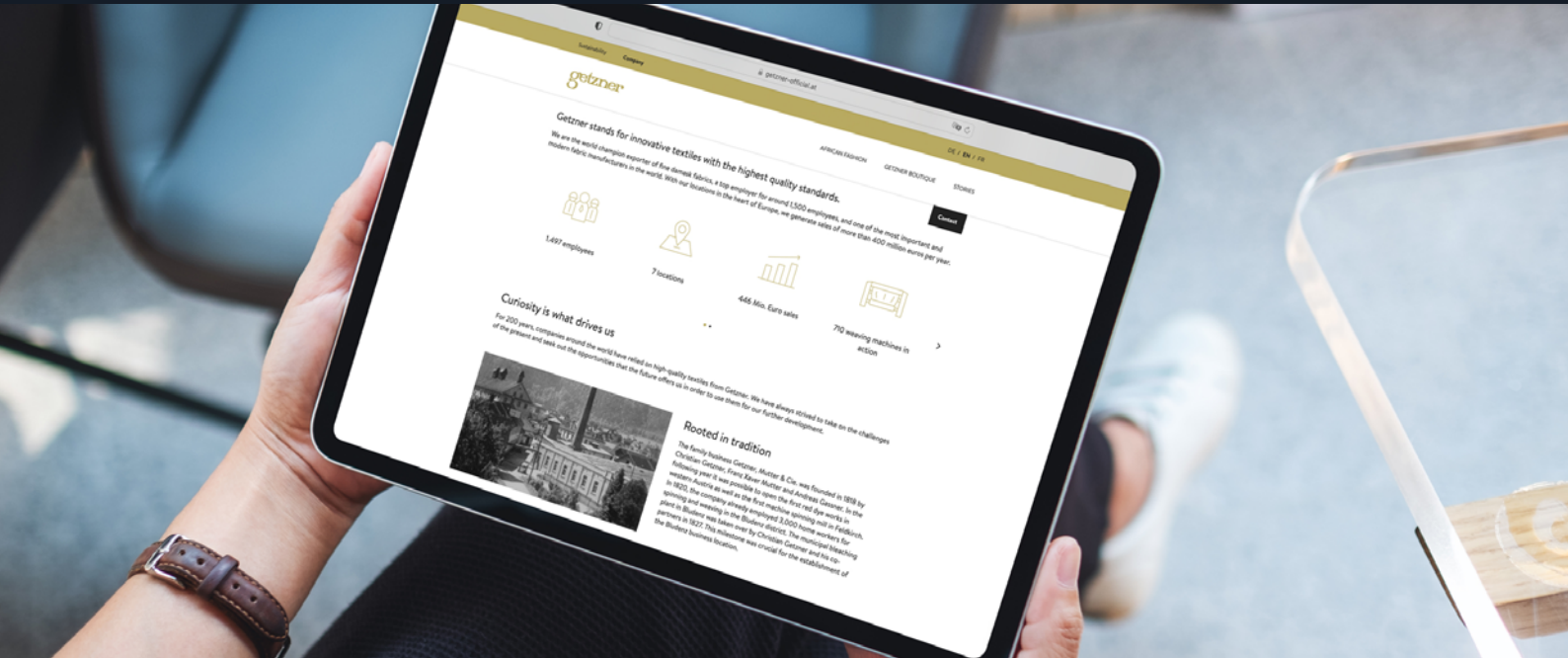
“Unsere Geschäftsbereiche sind unterschiedlich und sprechen verschiedene Zielgruppen an“, sagt Ulrike Kraler, Leiterin Marketing und Kommunikation bei Getzner. “Aber unsere Leidenschaft für Nachhaltigkeit und soziales Bewusstsein sind die Fäden, die sich durch sie alle ziehen.”

Das Unternehmen ist in vier unterschiedlichen Märkten aktiv: Es produziert technische Stoffe für Arbeitskleidung, persönliche Schutzausrüstung oder

Wir waren mit unseren WordPress-Websites eingeschränkt, weil es schwer war, etwas zu ändern; die Struktur war wirklich festgelegt. Die Website war wie ein Online-Katalog; wir konnten nicht viel mehr damit machen.

Ulrike Kraler

Head of Marketing & Communications,
Getzner



Sportgeräte; sein Hemden-Geschäftszweig liefert Textilien an die Modeindustrie; es verkauft Baumwoll- und Brokatstoffe nach Westafrika; und es hat mehrere Akquisitionen im Mobilitätssektor getätigt, der Polsterstoffe für Autos, Busse und Züge herstellt.

Die Vielfalt ihrer Aktivitäten spiegelte sich in der Fragmentierung des digitalen Vermögens von Getzner wider. „Wir hatten Getzner.at, das war eine WordPress-Website“, sagt Ulrike, „und das war nicht flexibel. Als wir expandierten, brauchten wir eine größere Online-Präsenz“.

Ibexa, eine flexible und zukunftssichere Digital Experience Platform (DXP)

Getzner entschied, dass es eine neue digitale Ausrichtung brauchte, und setzte sich die folgenden Hauptziele: die Konsolidierung seiner fragmentierten digitalen Landschaft auf einer flexiblen und zukunftssicheren Digital Experience Platform (DXP); die Nutzung der Fähigkeiten dieser DXP zur Neuausrichtung der Kundenerfahrung; und die Eröffnung eines B2C-Webshops für die Wiederverkäufer und Distributoren seiner traditionellen afrikanischen Drucke und Brokate.

Um diese Strategie umzusetzen, benötigte das Unternehmen einen neuen technischen Partner, der es bei der Auswahl und Umsetzung einer Digital Experience Platform (DXP) unterstützen konnte. Nicole Bösch, Geschäftsführerin von Getzner Handel, übernahm die Verantwortung für das Projekt, während Ulrike sich im Mutterschaftsurlaub befand. Nicole sagt: „Wir haben uns fünf Agenturen angesehen und Logic Joe ausgewählt, die zwei Systeme vorschlugen. Unsere Wahl fiel auf Ibexa DXP aus zwei Gründen: Es passte gut zur Größe unseres Unternehmens. Die andere Lösung war für uns zu groß und zu teuer. Der zweite Grund, warum wir Ibexa DXP ausgewählt haben, war, dass das Shopsystem Teil der Plattform war. So hatten wir eine All-in-One-Lösung; das hat uns angesprochen.“

Früh im Implementierungsprozess entschied Getzner, zwei Websites zu erstellen: eine Unternehmens-B2B-Site und eine B2C-Site für den Geschäftsbereich African Fashion, die später in diesem Jahr für E-Commerce-Unternehmen eröffnet wird.

„Also haben wir zwei Instanzen auf der Ibexa-Plattform im selben Backend.“

Der zweite Grund, warum wir uns für Ibexa DXP entschieden haben, war, dass das Shopsystem Teil der Plattform war. So hatten wir eine All-in-One-Lösung; das hat uns angesprochen.

Nicole Bösch

Managing Director, Getzner Handel





Eine ist Getzner.at, die das gesamte Unternehmen abdeckt. Es ist eine B2B-Site für alle unsere Kunden, aber auch für unsere zukünftigen Mitarbeiter. Der Karrierebereich der Website ist äußerst wichtig. Die andere ist Getzner-official.at, die Website für African Fashion, die ein anderes Aussehen hat und lebendiger und aufregender ist, eher B2C, wenn Sie so wollen. Und natürlich passt das zu unseren Absichten. Wir haben den Online-Shop noch nicht gestartet, aber wir machen gute Fortschritte: Die Produkt- und Übersichtsseiten wurden eingerichtet, und wir sind in den Sprints, um Ibexa Commerce zu implementieren und anzupassen.“

Ulrike und Nicole sind sich bewusst, dass noch viel Arbeit bevorsteht, insbesondere im Bereich KPIs und Personalisierung, und dass sie noch lange nicht das volle Potenzial von Ibexa DXP ausschöpfen. “Aber anstatt zu zögern und zu verschieben, wollten wir live gehen“, sagt Ulrike.

Eine bezaubernde Online-Erfahrung schaffen

Inwiefern verbessern sich die neuen Websites im Vergleich zur WordPress-Website, die sie Anfang 2023 ersetzt haben? “Die größte Veränderung betrifft die Navigation und das Kundenerlebnis“, erklärt Nicole. “Die Struktur der vorherigen getzner.at-Website spiegelte unsere interne Struktur, unsere Geschäftsbereiche wider. Und wir haben das vollständig zu einer kundenorientierten Ansicht geändert und in Ibexa DXP eine Inhaltsstruktur erstellt, die in WordPress nicht machbar gewesen wäre.“

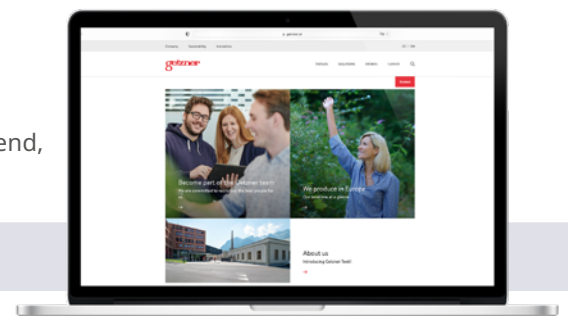
“Das war bisher der Haupterfolg. Das war früher schwer, besonders wenn Sie oft einen Textil für einen speziellen Anwendungsfall benötigten.“

Die Startseite von getzner.at bietet jetzt klare Optionen für Textilien (Hemden, African Fashion, Arbeitskleidung, Sitze, Akustik und mehr) sowie Textileigenschaften, die als Lösungen in der Menüleiste hervorgehoben sind. Diese Eigenschaften umfassen atmungsaktiv, durchstichfest, schallabsorbierend, Stretch-Baumwolle, schmutzabweisend und mehr.

Wir wissen, dass wir mit Ibexa DXP noch viel mehr machen können, aber im Moment sind wir froh, flexibel und offen zu sein. Der modulare Aufbau der Plattform gibt uns diese Freiheit.

Ulrike Kraler

Head of Marketing & Communications,
Getzner





“In früheren Zeiten war es für einen Hersteller von Sportbekleidung nicht sehr klar, wohin er gehen sollte, weil die Wahl zwischen Hemdenstoffen und technischen Textilien lag. Auf unserer neuen Website ist es viel einfacher, das Produkt zu finden und den richtigen Ansprechpartner bei Getzner zu kontaktieren, um die Bestellung zu besprechen, weil unsere Formulare jetzt mit der E-Mail des jeweiligen Ansprechpartners für jeden Stoff verknüpft sind.”

Ulrike fügt hinzu: “Wir haben auf jeder Seite viele Teaser hinzugefügt, um die Erfahrung reicher und hilfreicher zu gestalten. Die neue Website informiert Kunden und Besucher über bevorstehende Messen. “Sie können filtern, um zu sehen, welche Veranstaltungen in ihrer Branche anstehen”.

Der Karrierebereich wurde ebenfalls transformiert. “Es ist schwierig, das richtige Personal anzuziehen, daher widmet Getzner diesem Bereich viel Aufmerksamkeit, und die Details sind wichtig. Die alte Karriereseite listete Stellen, aber Sie konnten nicht nach dem Standort der verschiedenen Stellenangebote filtern.

Zusammenfassung

Die neuen Websites sind erst seit sechs Monaten in Betrieb, daher ist es zu früh zu sagen, wohin die Daten Getzner als nächstes führen werden. “Was als Nächstes kommt, ist mehr Personalisierung, KPIs basierend auf den neuen Daten und natürlich die E-Commerce-Funktionalitäten für den African Fashion LOB”, sagt Ulrike. “Wir wissen, dass uns Ibexa DXP ermöglicht, noch viel mehr zu tun. Die modulare Struktur der Plattform gibt uns diese Freiheit.”

Zusammenfassend fügt Nicole hinzu: “Das war es, was wir wollten, als wir uns für Ibexa DXP entschieden haben - die Möglichkeit zu wachsen, die Möglichkeit zur Veränderung. Das war sehr wichtig bei unserer Entscheidung”.

Die modulare Struktur von Ibexa bedeutet, dass wir jetzt nicht festlegen müssen, was wir in fünf Jahren brauchen. Wir können Schritt für Schritt gehen, während wir lernen.

Nicole Bösch

Managing Director, Getzner Handel



Unsere Aufgabe ist es, Ihr Business zu verstehen und mit Ihnen passende und zukunftsweisende digitale Lösungen zu realisieren. Wir kennen die Herausforderungen des Mittelstands aus vielen erfolgreich umgesetzten Projekten. Wir haben ein tiefes Verständnis für Ihre Prozesse, Ziele und die digitalen Bedürfnisse Ihrer Kunden. Uns vertrauen internationale Marken - insbesondere aus dem B2B Industrie Bereich.

Logic Joe GmbH
Vorsetzen 53
20459 Hamburg
Germany
040 180 24 25 00
www.logic-joe.com