



„Mit ChannelAdvisor geht das Listing auf mehreren Marktplätzen sehr einfach und schnell. Das ist der große Hebel im Vergleich zu einem EAN-Match.“

– Matthias Schulz, Geschäftsführer, schulz-outdoor-outlet GmbH

**Standort:** Bensheim

**Web:** [www.schulz-outdoor.de](http://www.schulz-outdoor.de)

**Branche:** Fashion-Outdoor

## DAS UNTERNEHMEN

Schulz. Outdoor ist in Südhessen eine feste Größe, wenn es um hochwertige Outdoor- und Rad-Bekleidung sowie Bademode geht. 2015 eröffnete Firmeninhaber Matthias Schulz in Bensheim sein erstes Geschäft. Der Erfolg ließ nicht lange auf sich warten: In den folgenden Jahren expandierte Schulz. Outdoor in Eppertshausen, Michelstadt und Fürth. 2018 ging schließlich der eigene Online-Shop an den Start. Mit 20 Mitarbeitern setzt die schulz-outdoor-outlet GmbH nach eigenen Angaben heute insgesamt rund 5 Millionen Euro um.

## DIE SITUATION

Als nächsten Schritt wollte Schulz eine starke Präsenz auf führenden Marktplätzen aufbauen: „Ich sagte mir: Jetzt ist genau der richtige Zeitpunkt. Die nächsten Jahre wird das Marktplatz-Business explodieren.“ Die ersten Gehversuche machten er und sein Team über Zalando Connected Retail. Schnell wurde aber klar: Wenn das Unternehmen ernsthaft online wachsen wollten, würde das nicht reichen. So startete der Händler eine Kooperation mit einem SaaS-Anbieter. Die Zusammenarbeit gestaltete sich für ihn allerdings anders als erhofft, die Implementierung lief schleppend. „Wir wünschten uns schnellere Responsezeiten und eine proaktivere Beratung“, erinnert sich Schulz.

## DIE LÖSUNG

Von seinem langjährigen IT-Dienstleister T4TD kam schließlich der Tipp mit ChannelAdvisor. Für die Online-Expansion holte sich Schulz zusätzlich mit Christian Engel von der Unternehmensberatung fit4value einen in Sachen Digitalisierung erfahrenen Projektleiter an Bord: ein Team, so Schulz, das dem Marktplatz-Business von Schulz Outdoor den nötigen Schub brachte.

*(continued)*

„Die Managed-Services-Experten von ChannelAdvisor waren allesamt erfahrene Profis, die unser Projekt über **ChannelAdvisor Marktplätze** strukturiert vorantrieben. Sie berieten uns sowohl technisch als auch fachlich – damit unsere Produkte nicht nur gelistet, sondern auch prominent platziert sind. Das kann weder ein Einzelhändler noch ein Techniker leisten“, berichtet Engel.

Das erste Projekt, das Schulz. Outdoor mit ChannelAdvisor anging, war der Launch auf Zalando. Schulz erinnert sich: Die teils komplexen Onboarding-Abläufe können einen Einzelhändler schnell überfordern. Hier punktete der Plattform-Anbieter mit seinem Managed-Service-Ansatz: „Die Experten von ChannelAdvisor Managed Services für Marktplätze halfen durch ihre Erfahrung und exzellenten Kontakte, unseren Go-live zu beschleunigen“, bestätigt Schulz.

## DIE ERGEBNISSE

Während eine Anbindung an einen Marktplatz anderswo schon mal 12 Wochen und länger dauert, klappte es bei ChannelAdvisor in nur 6 bis 8 Wochen. „Das kostet deutlich weniger Zeit und Nerven“, bestätigen Schulz und Engel einmütig. Seit Beginn der Zusammenarbeit im November 2020 berichtet das Projektteam von beachtlichen Fortschritten:

- Internationalisierung auf Zalando: Die E-Commerce-Plattform von ChannelAdvisor ist auf eine zentralisierte Verwaltung von Produkt- und Bestandsdaten in Echtzeit sowie ein beschleunigtes Listing ausgelegt – auch international. Dadurch konnte Schulz. Outdoor, so Engel, auf den Marktplätzen von Zalando in Deutschland, Österreich, der Schweiz, Belgien, den Niederlanden, Luxemburg, Dänemark und Frankreich in kurzer Zeit durchstarten. Aktuell führt der Outdoor-Ausrüster dort bereits 6.000 Artikel: ein Drittel davon über eigenes Listing, den Rest per Abgleich bestehender EAN. 11.000 weitere Artikel sollen folgen.
- Präsenz auf lokalen Marktplätzen: Zudem beriet ChannelAdvisor Schulz. Outdoor bei der Auswahl und Implementierung weiterer, eher lokaler Marktplätze, wie Allegro in Polen und Galaxus in der Schweiz. Wie das Team von Schulz. Outdoor berichtet, hilft ihnen die E-Commerce-Plattform, die Bestandsdaten über alle Marktplätze hinweg immer auf dem aktuellen Stand zu halten. Überverkäufe seien daher ausgeschlossen, unterstreicht Schulz, und findet: „Wer erfolgreich über internationale Marktplätze expandieren will, kommt an ChannelAdvisor nicht vorbei.“
- Drittes Standbein ergänzt Läden und Online-Shop: Mit dem Start auf den Marktplätzen gelang es dem Bekleidungshändler in kürzester Zeit, ein starkes weiteres Standbein zu etablieren. Schon vor der Pandemie habe der Online-Anteil bei rund 20 Prozent gelegen, erklärt Schulz. Inzwischen steige der Umsatz über das Internet Monat für Monat kontinuierlich. „Händler, die heute nur auf einen stationären Verkauf setzen, gehen ein großes Risiko ein. ChannelAdvisor hilft uns, die Corona-Pandemie trotz geschlossener Ladengeschäfte zu meistern“, bekräftigt er. Kurzfristig peile sein Unternehmen einen Online-Anteil von 50 Prozent an.
- Professionelles Digitales Marketing: Zusätzlich arbeitet das **Managed-Services**-Team von ChannelAdvisor daran, durch **Digitales Marketing** mehr Traffic in den eigenen Shop zu ziehen – sei es mit Kampagnen oder mit Empfehlungen für eine optimale Präsenz bei Google Shopping. Matthias Schulz unterstreicht: „Digitales Marketing ist so anspruchsvoll, da geben wir uns gerne in die Hände von ChannelAdvisor.“

Entsprechend positiv fällt auch sein Resümee aus: „Der ganzheitliche Ansatz – von Google Ads über die Beratung zum Shop-Aufbau bis hin zum Marktplatz-Management – bringt uns in jeder Hinsicht voran. Man braucht eigentlich nichts anderes mehr.“ So gehe es jetzt für Schulz. Outdoor in engem Schulterschluss mit ChannelAdvisor volle Kraft voraus in Richtung Online-Zukunft und neue Märkte.

„Marktplätze sind hochkomplex. Ohne die Managed Services für Marktplätze von ChannelAdvisor hätten wir das nicht geschafft.“

„Wer mit den richtigen Partnern arbeitet, kommt deutlich schneller voran. ChannelAdvisor hat uns nicht nur technisch, sondern auch fachlich top beraten.“

– MATTHIAS SCHULZ,  
Geschäftsführer, schulz-  
outdoor-outlet GmbH