



plentyStories

Das Kundenmagazin von plentymarkets | 02/2015 | www.plentymarkets.com

Neue Qualitätsstufe mit dem neuen individuellen Checkout

» Seite 10

100 % Cloud-Commerce!

plentymarkets gab es als Software-as-a-Service (SaaS) lange bevor die Cloud so populär wurde, wie sie es heute ist.

» Seite 5

Die Zukunft ist agil

plentymarkets ist auf dem Weg zu einer agilen Organisation. Ab sofort berichten wir regelmäßig über diesen spannenden Prozess.

» Seite 8

Ihr Projektwunsch: Neue Artikelarchitektur

Sie wählen – wir entwickeln. Das ist das Motto unserer „plentymarkets Wahlbox“.

» Seite 12

Inhalt

Ausgabe 02/2015



Inside plenty

- 03 Editorial**
- 18 plentymarkets im Wandel**
Die Zukunft ist agil
- 18 Rückblick E-Commerce-Cup**
Kampf um den Sieg beim plentymarkets Fußball-Event
- 18 Video-Blogs**
Mit hochaktuellen Video-Blogs noch besser informiert
- 19 E-Commerce-Veranstaltungen und Messen**
Treffen Sie uns auf folgenden Events
- 19 Mitarbeitervorstellung**
Maximilian Lauterbach im Interview

E-Commerce live

- 06 Interview Skapetze**
Mit plentymarkets konnten wir viele Prozesse automatisieren
- 09 Vorschau**
dmexco 2015 als zentrale Brücke in ein neues digitales Zeitalter
- 09 Partnertag**
Der erste Partnertag 2015 – ein Rückblick & Zielsetzungen
- 14 E-Commerce-Helden**
Johannes Altmann: Faszination User Experience
- 16 Ausblick**
Shoplupe K5

Features

- 04 Neues Servicekonzept**
Serviceoffensive startet
- 05 Produkt-Relaunch**
100% Cloud-Commerce!
- 10 Interview createyourtemplate**
Neue Qualitätsstufe mit dem neuen individuellen Checkout
- 12 plentymarkets Wahlbox**
Ihr Projektwunsch: Neue Artikelarchitektur
- 16 plentymarkets App**
Nutzen Sie die ersten produktiven Features in der plentymarkets App

Impressum

Redaktion & Herausgeber plentymarkets GmbH | Bürgermeister-Brunner-Str. 15 | 34117 Kassel
Redakteure Jan Griesel, Steffen Griesel, Peter Höschl, Eleonore Schelling
Fon Support +49 561. 50 656 100 **Fon Vertrieb** +49 561.98 681 010 | info@plentymarkets.com | www.plentymarkets.com
Amtsgericht Kassel HRB 14064 | USt-IdNr. DE250560740 **Editorial Design** www.zentral-kommunikation.de
Fotos istockphoto.com, fotolia.com, f1online.de, Freepik.com

Vorwort_>

DDoS-Attacke, Crowdsourcing und mehr Mitbestimmung



Liebe plentymarkets Kunden,

hinter uns liegen gerade einige aufregende Tage. Wir wurden Ende Juli Opfer einer erpresserischen ca. 30 Minuten anhaltenden DDoS-Attacke. Das war nicht das erste Mal, aber die dahinter stehende Gruppe ist für ihre kriminelle Energie bekannt und der Angriff erfolgte mit einer solch großen Datenwucht, dass hier von einer für uns neuen Dimension der Bedrohung gesprochen werden muss.

Das zeigt einmal mehr, wie wichtig es war, für die plentymarkets Händler die Palette der Hosting-Optionen um AWS Cloud Services zu erweitern, so dass jeder in Zukunft selbst über das eigene Service- und Sicherheitslevel entscheiden kann. Mehr dazu finden Sie auch im Artikel über unseren großen Produkt-Relaunch. Spannend und mit, im positiven Sinne, einschneidenden Veränderungen verbunden, sind auch unsere anderen aktuellen Projekte. So befinden wir uns mitten im Prozess hin zu einer agilen Organisation. Hier zeigen sich bereits die ersten positiven Auswirkungen. Außerdem startet nun unsere Serviceoffensive, welche bereits den Gang über die Wahlbox hinter sich hat und über die vor Einführung inhaltlich

von Ihnen abgestimmt werden konnte. Auch die Einführung einer neuen Artikelarchitektur, auf die wir uns sehr freuen, traf auf große Zustimmung in der Wahlbox.

In der Ihnen vorliegenden aktuellen Ausgabe unseres Kundenmagazins erfahren Sie auch, welche wertvollen Erkenntnisse sich aus einem Fünf-Sekunden-Blick auf Ihre Startseite ergeben können, alles Wissenswerte zu unserem ersten Partnertag, erhalten einen Einblick in das Erfolgsrezept eines Ihrer Händler-Kollegen und in viele weitere wertvolle und interessante Themen für Ihr Online-Geschäft.

Wir wünschen Ihnen viel Freude beim Lesen!

Jan Griesel
CEO

Steffen Griesel
CHRO



Der plentymarkets Geschäftsklimaindex

Mehr als 300 Betreiber von Online-Shops haben an unserer ersten Umfrage teilgenommen, mit der wir die Stimmungslage im E-Commerce ermitteln wollten. Die Ergebnisse dazu finden Sie im Blog:

www.plentymarkets.eu/blog



Neuer plentymarkets Client 220

Die Beta-Version des plentymarkets Clients 220 ist verfügbar. Das neue Java-Framework ermöglicht es, den Client schneller und einfacher weiterzuentwickeln.

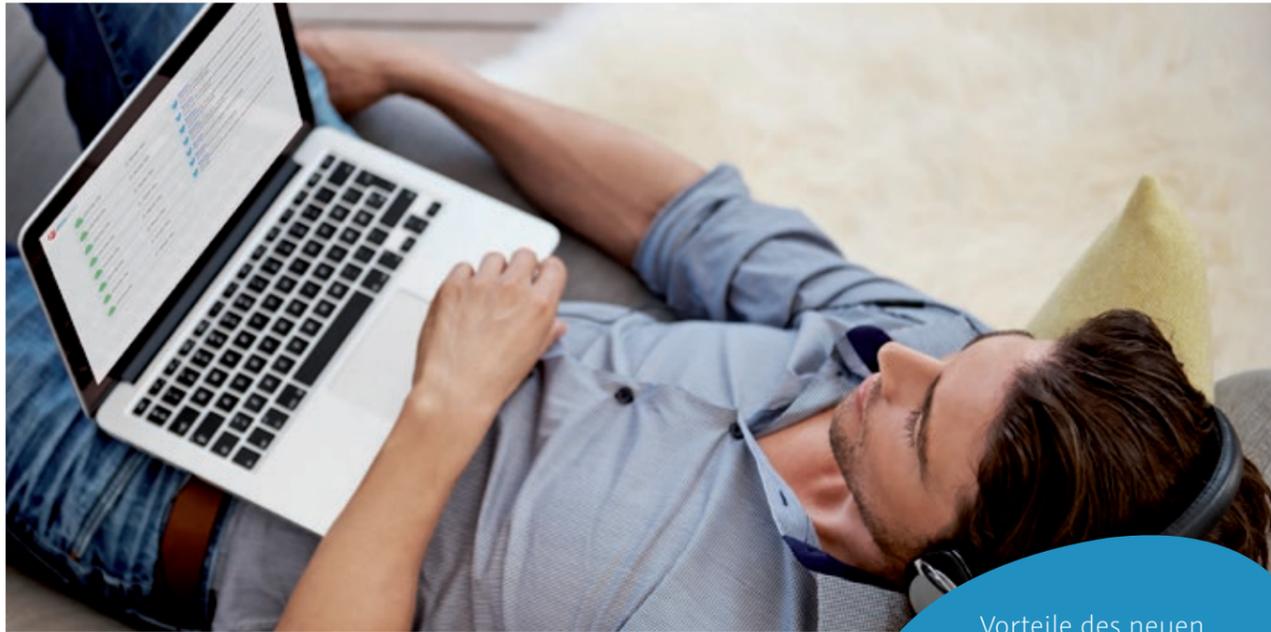
www.plentymarkets.eu/software/downloads/



Vertrieb über Marktplätze

Die neueste Ausgabe des Online-Händlermagazins shopenbieter to go ist nun verfügbar. Wertvolle Tipps und Handlungsempfehlungen inklusive. Für Sie kostenlos unter:

www.shopenbieter.de/to-go



Neues Servicekonzept_>

Serviceoffensive startet

Das neue Servicekonzept wurde bereits im Frühling von den plentymarkets Nutzern in der Wahlbox kritisch unter die Lupe genommen und am Ende des Wahlgangs für gut befunden. Eine klare Mehrheit hat sich für die neuen Servicemodule ausgesprochen. Mittlerweile sind die technischen Vorbereitungen weit vorangeschritten und die Serviceoffensive kann voraussichtlich ab Mitte September starten.

Die große Herausforderung bei der Konzeption der neuen plentymarkets Services bestand darin, das ganze Interessenspektrum der User unter einen Hut zu bringen. So gingen die Wünsche von „Alles muss kostenlos sein“ bis „Guter Service ist mir etwas wert“ weit auseinander. Wir werden daher eine Vielzahl an Serviceoptionen anbieten, damit jeder das bekommt, was er möchte.

Das breite Spektrum der neuen Serviceleistungen reicht von einer kostenlosen Service-Hotline, die allen Kunden als erste Anlaufstelle für die Grundorientierung dient, zu einem Qualitätssicherungsprogramm für unsere internen und externen Berater. Vor allem das kostenlose Support-Angebot wurde ausgebaut. Neben der kontinuierlichen Erweiterung und Anpassung des umfangreichen Handbuchs und der Video-Tutorials gibt es mittlerweile eine Statusseite¹, um eine schnelle und teils automatisierte Problemdarstellung zu gewährleisten. Darüber hinaus werden im plentymarkets Kundenforum Support-Anfragen von Mitarbeitern kostenlos bearbeitet.

1 <http://status.plentymarkets.com> und www.twitter.com/plentystatus

Vorteile des neuen Servicekonzepts:

- » Kostenloser Kundenservice per Hotline
- » Kostenloser Support via Forum
- » Terminierung und Rückrufservice
- » Zertifizierung und Key-Account-Management
- » Qualitätssicherung interner und externer Beratung

Der kostenpflichtige Support wurde ebenfalls neu strukturiert, um demnächst allen Kunden Key-Account-Management zu bieten. Zu diesem Zweck kann das Profil jedes Support-Mitarbeiters bzgl. der jeweiligen Themenschwerpunkte eingesehen werden und unmittelbar eine Terminbuchung im Servicecenter oder über die Servicehotline erfolgen. Zum gebuchten Termin erhalten die Kunden dann einen Rückruf des angefragten Mitarbeiters.

In Zukunft wird die Qualität nicht nur der internen, sondern auch der externen Beratungsleistungen durch ein erweitertes Zertifizierungsprogramm sichergestellt. In dem bereits erwähnten Profil sind dann auf einen Blick die Kompetenzen sowohl der plentymarkets Mitarbeiter, als auch der plentymarkets Partner sichtbar, denn auch Partner erhalten ein Profil.

Mit diesen Maßnahmen werden wir die Kundenorientierung unseres Services weiter steigern. Wenn es dennoch einmal Grund zur Beantwortung geben sollte, können Sie sich direkt an die Geschäftsleitung wenden, denn Kundenzufriedenheit ist bei plentymarkets Chefsache: geschaeftsleitung@plentymarkets.com.

Produkt-Relaunch_>

100 % Cloud-Commerce!

plentymarkets gab es als Software-as-a-Service (SaaS) lange bevor die Cloud so populär wurde, wie sie es heute ist. Für die Verbindung von E-Commerce bzw. die im SaaS-Modell angebotene E-Commerce-Software und Cloud-Computing hat sich der Begriff Cloud-Commerce etabliert. Mit dem Produkt-Relaunch werden wir unser Profil als Cloud-Commerce-Dienstleister deutlich schärfen und es den Usern noch einfacher machen, von den Vorteilen dieses Geschäftsmodells zu profitieren.

Im Gegensatz zum traditionellen Software-Lizenzgeschäft konnten sich die plentymarkets User seit jeher hohe Investitionen in IT-Infrastruktur sparen, weil sie stattdessen für die Nutzung und den Betrieb der Software lediglich eine mtl. Gebühr zahlen. Mit dem Produkt-Relaunch werden die Konditionen noch attraktiver, denn wir haben die Vertragslaufzeit deutlich verkürzt – auf einen Monat. Außerdem bieten wir jetzt nicht mehr nur Auftragspakete an, die bisher im Vorhinein zu buchen waren, sondern auch die Abrechnung der tatsächlich pro Monat angefallenen Einzelaufträge. Dadurch können Online-Händler z.B. saisonale Spitzen oder das Weihnachtsgeschäft besser planen und haben die Kosten dauerhaft im Griff.

Aber der Relaunch geht noch weiter:

Wir haben plentymarkets modular gestaltet. Jeder User kann jetzt mithilfe eines Produktkonfigurators die Module wählen, die er benötigt und den Produktzuschnitt dem jeweiligen Geschäftsverlauf immer optimal

anpassen. Und das Beste:

Den plentymarkets Online-Shop mit responsivem Webdesign gibt es sogar kostenlos!

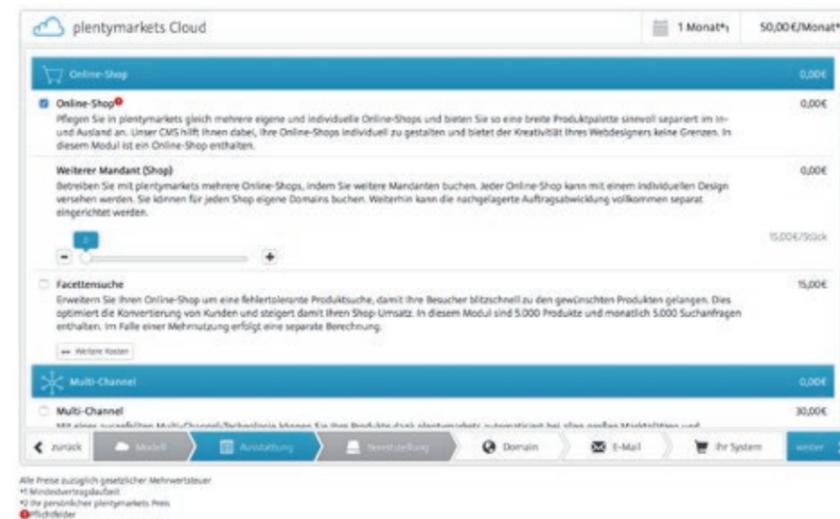
Die größte Neuerung gibt es schließlich beim Hosting. Bisher haben wir die plentymarkets Cloud als alleinige

Basis für das Hosting der plentymarkets Systeme genutzt. Dabei ist es uns immer wieder gelungen, die Cloud dem rasanten Kundenwachstum anzupassen und auch in Phasen mit hohem Traffic-Aufkommen wie dem Weihnachtsgeschäft eine äußerst hohe Verfügbarkeit zu gewährleisten. Andererseits dürfen wir als Cloud-Commerce-Dienstleister nicht die Augen vor den Risiken verschließen. Der mehrstündige Stromausfall in unserem Rechenzentrum im letzten Jahr und die erpresserische DDoS-Angriffe, die wir Ende Juli erlebt haben, machen mehr als deutlich, dass wir un-

sere Cloud zukünftig dezentral organisieren müssen. Aus diesem Grund haben wir in den letzten Monaten alle Vorbereitungen dafür getroffen, dass sich plentymarkets jetzt auch problemlos in Public Clouds hosten lässt. Als ersten Hosting-Anbieter favorisieren wir Amazon Web Services (AWS). Dieser Anbieter stellt in seinen Rechenzentren eine Vielzahl an Servern zur Verfügung. Die Server können wir voll automatisch dort mieten und installieren.

Was uns sehr gut gefällt: Die Einrichtung nach unseren exakten Vorgaben und die Zusammenführung zu einem Server-Cluster funktioniert in nur wenigen Minuten. Dadurch können wir schnell auf wachsenden Leistungsbedarf reagieren und komplexere Ausfall-Szenarien anbieten als bisher, z.B. durch das Hosting an verschiedenen nationalen Standorten.

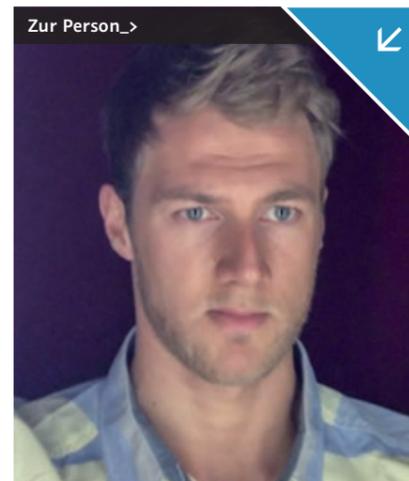
Eine solche Hosting-Lösung haben sich viele unserer Kunden gewünscht und wir freuen uns, dass wir jetzt verschiedene Hosting-Optionen anbieten können. Im Servicecenter können Sie jetzt Ihre Auswahl treffen!



Interview_>

Mit plentymarkets konnten wir viele Prozesse automatisieren

Licht + Design Skapetze GmbH & Co. KG ist ein spezialisierter Online-Shop für Licht-Design. Im Interview verrät uns Daniel Skapetze, Geschäftsführer seit 2005, warum sich Skapetze für plentymarkets entschieden hat, worauf der größte Fokus und wo die größten Herausforderungen lagen.



Daniel Skapetze

Interviewpartner Daniel Skapetze, 32, ist seit 2005 Geschäftsführer bei der Firma Licht+Design Skapetze. Der Betrieb in Simbach a. Inn hat derzeit 35 Mitarbeiter und verfügt über 30 Jahre Erfahrung im professionellen Leuchtenverkauf. Der Online-Shop www.skapetze.com zählt zu den führenden Leuchtenshops in Europa.

Seit wann sind Sie im Online-Handel tätig und woraus entstand die Idee zum Online-Shop www.skapetze.com mit speziellem Sortiment?

D. Skapetze: Die Firma Skapetze ist seit 2002 mit der eigenen Unternehmenswebseite online. Als eines der ersten deutschen Unternehmen überhaupt entschieden wir uns Leuchten und Leuchtmittel online zu vertreiben. Erste Versuche, neue Geschäftsfelder bzw. Vertriebsmöglichkeiten zu erschließen, zeigten sich als sehr positiv, so dass der Weg für den Online-Shop rasch geebnet war. Wir verfügen ja bereits seit 1980 über Erfahrungen im Leuchtenverkauf im stationären Handel.

Wie sind Sie bei der Sortimentsauswahl vorgegangen und haben Sie sich im Vorfeld Gedanken zu Ihrer Zielgruppe und deren Interessen, Bedürfnissen und Wünschen gemacht?

D. Skapetze: Das Sortiment drehte sich damals vor allem um bekannte Leuchtenmarken. Mittlerweile vertreiben wir, neben den Produkten verschiedener ausgewählter Leuchten-Hersteller, auch unsere Marke aus eigener Herstellung, s.LUCE. Zu unserer Zielgruppe gehören Privatkunden, wie Geschäftskunden. Zu Beginn der Firmengeschichte basierte das Hauptgeschäft auf der Zusammenarbeit mit dem Hotellerie- und Gaststättengewerbe.

Wo machen, aus Ihrer Sicht, Online-Händler die meisten Fehler bei der Positionierung, Zielgruppendefinition oder im

Internethandel generell?

D. Skapetze: Unser Ziel ist es, Produkte für den Kunden möglichst anschaulich zu präsentieren. Statt Artikeldaten lediglich hochzuladen, versuchen wir artikelspezifische Vorteile und Eigenarten für den Kunden nachvollziehbar hervorzuheben. Auf Fehler anderer Shops möchten wir nicht eingehen. Ein Patent-Rezept gibt es schließlich nicht.

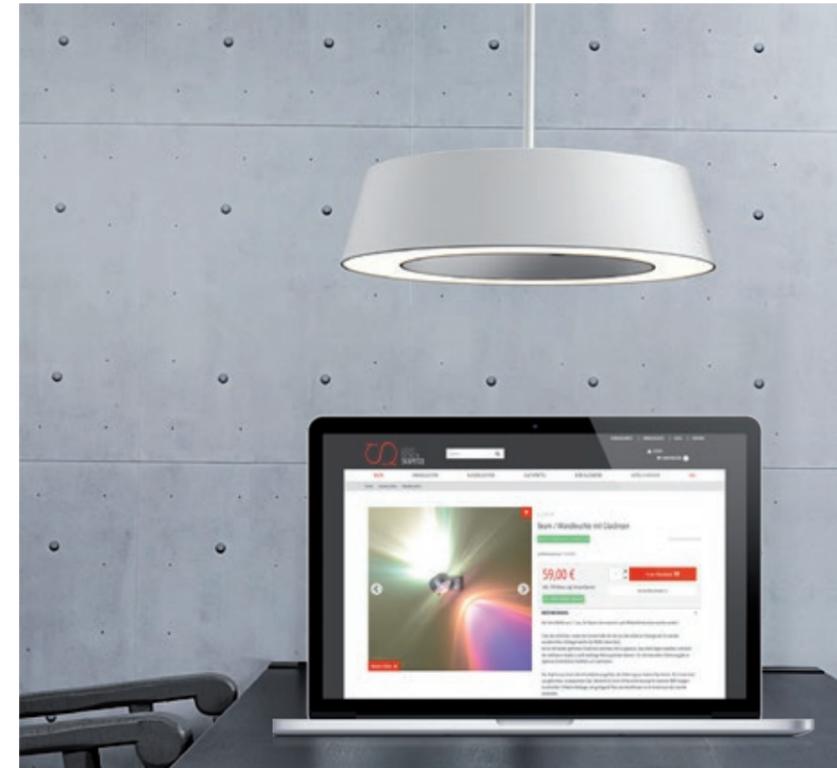
Ist „erfolgreich durch Spezialisierung“ ein Erfolgsrezept?

D. Skapetze: Unser Erfolgsrezept ist vor allen Dingen die große Flexibilität. Wir haben die Möglichkeit extrem schnell auf Trends, Marktveränderungen und Nachfrageverhalten reagieren zu können. Unser Fachwissen und unsere extrem guten Kooperationskontakte sind hier sicherlich ein Vorteil.

Warum haben Sie sich für die plentymarkets Software entschieden? Was hat Sie überzeugt bzw. was war der wichtigste Vorteil für Sie?

D. Skapetze: Unser Ziel war es, eine Kombination aus guter Shop-Oberfläche mit angenehmer Betreuung und zeitgemäßer Entwicklung gemäß der sich täglich ändernden technischen Gegebenheiten zu finden. Die finalen Gespräche mit plentymarkets haben uns hier letztlich überzeugt.

Was oder bei welchen Aufgabenstellungen schätzen Sie das plentymarkets System am meisten?



Die Licht + Design Skapetze GmbH & Co. KG mit Sitz im niederbayerischen Simbach a. Inn vertreibt seit 1980 hochwertige Licht-Lösungen für den Innen- und Außenbereich zu marktexklusiven Preisen. Zum Produkt-Portfolio gehört, neben zahlreichen Leuchtenherstellern, die Eigenmarke s.LUCE aus eigener Herstellung. Das Design-Team entwickelt Wohnraumbeleuchtung nach modernsten technischen, wie optischen Ansprüchen.

D. Skapetze: Wir sind hier generell zufrieden. Vor allem werden aber viele Prozesse automatisiert, die derzeit noch sehr aufwendig durch Manpower umgesetzt werden müssen.

Sie setzen mit einem Responsive Design stark auf Mobile Commerce. Was waren die Beweggründe und welche Auswirkungen können Sie feststellen?

D. Skapetze: Kunden kaufen ja längst nicht mehr nur zu Hause am PC, sondern auch auf der Arbeit, auf dem Weg nach Hause oder wo immer sie mobil unterwegs sind. Für einen Verkauf ist deswegen ein optimiertes Responsive Design mit ansprechender Oberfläche und schnell umsetzbarer Kaufmöglichkeit und Login-Funktion unabdingbar.

Was sind oder waren bei der Realisierung die größten Herausforderungen?

D. Skapetze: Die Einfachheit für den Kunden soll klar hervorgehoben werden. Man braucht ja nur die Frage zu stellen: „Wie

kaufe ich selbst gerne ein?“ und welche Vorteile große Marktführer dem Kunden zur Verfügung stellen? Unser Ziel ist es, hier eine harmonisierende Symbiose zu finden.

Worauf sollten Online-Händler bei den mobilen Versionen ihres Online-Shops besonders achten, welche Funktionen sind wichtig, sollen in den Vordergrund gestellt und welche eher weggelassen werden?

D. Skapetze: Eine gute Produktdarstellung, eine einfache Anmeldefunktion und ein extrem vereinfachter Kaufabschluss sind unserer Meinung nach wichtig. Sind erst einmal fünf Werbebanner vorgeschaltet und muss ich 15 Minuten meine Anmelde-daten eingeben, brechen viele potentielle Käufer sofort ab.

Was sind Ihre nächsten Ideen im Zusammenhang mit Ihrem Online-Shop?

D. Skapetze: Die Möglichkeiten des Online-Vertriebs sind ja fast unbegrenzt. Wir wollen

die Kunden künftig mehr als zuvor auf unseren eigenen Shop ziehen und hierfür alle Vorteile des professionellen Leuchtenverkaufs integrieren. Hierfür werden wir verschiedenste kreative Marketing-Projekte planen.



plentymarkets im Wandel_>

Die Zukunft ist agil

plentymarkets ist auf dem Weg zu einer agilen Organisation. An dieser Stelle berichten wir regelmäßig über diesen spannenden Prozess.

Die Veränderungsgeschwindigkeit der digitalen Märkte ist atemberaubend. Nur wer sich immer wieder an die neuen Herausforderungen seiner Umwelt anzupassen vermag, hat die Nase vorn im Wettbewerb. Klassische Unternehmensstrukturen und traditionelle Managementmethoden verhindern in einem solch dynamischen und komplexen Umfeld eher den Markterfolg, als dass sie ihn fördern. Zwar haben sich noch keine endgültigen Standards für die agile Unternehmensentwicklung herausgebildet, doch immer mehr Unternehmen orientieren sich an Organisationsformen und Führungsinstrumenten, die eine vernetzte Kommunikation und schnellere Entscheidungsfindung ermöglichen.

Bei plentymarkets setzen wir dabei vor allem auf autonome Teams, die in hohem Maße eigenverantwortlich und selbstorganisiert arbeiten. Inspiriert von Holacracy, einem bekannten agilen Konzept, das beispielsweise beim Online-Schuhhändler Zappos eingeführt wurde, entwickeln wir zurzeit mit plentykratie ein Modell, das optimal zu uns passt. Damit ist der Rahmen geschaffen, in den die einzelnen Changeprojekte eingebettet sind. Im Gegensatz zu Zappos wird das neue Unternehmensmodell allerdings nicht von oben verordnet, sondern von den Mitarbeitern selbst ausgestaltet. Denn ein solcher Veränderungsprozess braucht seine Zeit und wenn ein neues Konzept den Mitarbeitern übergestülpt wird, bringt das letztlich nur Frust statt Lust am Job. Wenn auch erst in groben Linien sichtbar ist, zeigt sich doch schon jetzt, dass mit dieser dezentralen Form der Arbeitsorganisati-

on, Kundenimpulse schneller aufgenommen und verarbeitet werden können. **Das ist auch die Idee hinter Holacracy:** Hier wird die Zusammenarbeit aller Mitarbeiter jenseits von Hierarchie und Status durch Empowerment neu definiert, indem die Mitarbeiter ermächtigt werden, sich gemäß ihrer jeweiligen Verantwortung (Rolle) in Teams (Kreise) selbst zu organisieren.

Nach Holacracy-Erfinder Brian Robertson ist „jeder Kreis durch eine Doppelverbindung mit jedem seiner Sub-Kreise verbunden, wobei ein Mitglied von jedem Kreis dazu ernannt wird mit im anderen zu sitzen, wodurch ein bidirektionaler Fluss von Informationen und schnellen Feedback-Schleifen erzeugt wird. Jeder Kreis steuert sich selber, indem die Rollen sichtbar gemacht werden, die nötig sind, um das Ziel des Kreises zu erreichen und diese den Mitgliedern des Kreises zugewiesen werden, um sie auszufüllen.“

Die Team-Mitglieder organisieren sich durch regelmäßige Kreistreffen, die zwei unterschiedliche Ausrichtungen haben: Zum einen bringen sich die Mitglieder immer wieder auf den aktuellen Stand und begutachten den Fortschritt der laufenden Projekte. Zum anderen wird der Kreis selbst strukturell weiterentwickelt, indem bestehende Rollen den Marktanforderungen gemäß variiert oder gar neu initiiert werden. So entsteht im Laufe der Zeit eine Unternehmenskultur, die von höchster Kunden- und Mitarbeiterorientierung geprägt ist.

Das Holacracy-Prinzip¹:



¹ www.holacracy.org

Vorschau_>

dmexco 2015 als zentrale Brücke in ein neues digitales Zeitalter

Unter dem diesjährigen Motto „Bridging Worlds“ präsentieren am 16. und 17. September 2015 auf der dmexco Conference in Köln Top-Speaker, Visionäre und führende Köpfe der globalen „Digiconomy“ ihre neuesten Technologien, digitalen Lösungen und Innovationen. Das Ziel der weltweiten Leitmesse und Konferenz für die digitale Wirtschaft ist es, sämtliche Bereiche und Fachgebiete des Digital Business zu vereinen und den Firmen damit die zentrale Brücke in ein neues digitales Zeitalter zu schlagen.

Zwei Welten sollen stärker zusammenwachsen: Digital und Economy zu „Digiconomy“. Damit sind einige Unternehmen bereits bestens vertraut, für andere beginnt der Aufbruch in die neue digitale Ökonomie erst jetzt. Eines ist aber heute schon sicher: Entwicklung und Innovation entstehen meist dort, wo sich die unterschiedlichsten Welten und Gegensätze miteinander vereinen. Die dmexco verbindet zum 7. Mal in Folge Menschen, Marken und Medien und führt die weltweit führenden Vordenker und Top-Speaker der

Besuchen Sie uns vom 16. – 17.09. auf der dmexco 2015 in Köln, Halle 7 | F036

digitalen Wirtschaft an einem Ort zusammen. Die Digitalmarketing-Messe bleibt auf Wachstumskurs und verzeichnet erneut ein Ausstellerplus, insbesondere wächst der Andrang der internationalen Aussteller mit steigenden Anmeldezahlen aus den USA, Japan, Uruguay, Tschechien, Italien, Malta, Dänemark und Schweden.

Für einen kühlen Kopf sorgt auch in diesem Jahr wieder auf unserem Messestand der Italiener Roberto Ghirloni mit seinem Eiswagen.

Partnertag_>

Der erste Partnertag 2015 – ein Rückblick & Zielsetzungen

50 Agenturpartner von plentymarkets wurden am 11. Juni 2015 zum ersten Partnertag nach Kassel in die Orangerie eingeladen. In einer offenen Diskussionsrunde, in der sich die Teilnehmer aktiv einbrachten, wurden sämtliche Wünsche und Anforderungen in eine Agenda aufgenommen.

Das Partnermanagement wurde personell nochmals verstärkt und kann künftig in der bewährten und offenen Kommunikationsform einer Open-Space-Konferenz die wertvollen Impulse der Partner noch besser aufnehmen und bearbeiten. Dies ermöglicht die Kooperationen zu vertiefen und die Zusammenarbeit weiter zu verbessern.

Ein weiteres Ziel ist es, die Partner mit Schulungen noch besser zu unterstützen. Die plentymarkets Geschäftsführung und das Partnermanagement gaben auch einen Einblick in das neue Zertifizierungskonzept, das in Zukunft der Qualitätssicherung externer Dienstleistungen dienen wird. Partnern ermöglicht dies, eine optimierte Außendarstellung ihres Unternehmens und ihrer Leistungen gegenüber Kunden und Interessenten.



Mehr Eindrücke vom ersten Partnertag erhalten Sie in unserem Video-Blog:



Interview_>

Neue Qualitätsstufe mit dem neuen individuellen Checkout

Interviewpartner Patrick Ludewig, Gründer und Geschäftsführer bei createyourtemplate GmbH & Co. KG, einer Full-Service-Agentur, ist seit vielen Jahren in der E-Commerce-Branche tätig. createyourtemplate hat seinen Kunden Modeherz, einen spezialisierten Online-Shop für Taschen, Geldbörsen und Accessoires, im Responsive Design und im neuen Checkout unterstützt. Wir wollten von ihm erfahren, worauf es seiner Erfahrung nach bei diesen beiden Themen ankommt und warum seine Agentur sich für plentymarkets entschieden hat.

Zur Person_>



Patrick Ludewig

Patrick Ludewig ist Gründer und Geschäftsführer der Internetagentur createyourtemplate GmbH & Co. KG aus Berlin. Seit 1998 beschäftigt er sich mit E-Commerce. Mit der Gründung der eigenen Agentur 2003 hat er sich auf Webshops, eBay Shops und später plentymarkets spezialisiert. Er leitet zudem seit 2010 die Geschäfte der cytsale GmbH & Co KG aus Bautzen, einer Sales-Service-Agentur für plentymarkets Händler, die Systemeinrichtung, Schulung und den Verkauf für Dritte anbietet.

Was sind Ihre Aufgaben als Agentur bei der Unterstützung des Online-Shops www.modeherz.de?

P. Ludewig: Wir haben uns auf die Realisierung von komplexen plentymarkets Projekten spezialisiert und bieten unseren Kunden sowohl Unterstützung in allen Bereichen des Frontends, als auch des Backends an. modeherz.de sollte im laufenden Betrieb als Relaunch realisiert werden. Unsere Aufgaben bezogen sich auf Beratung, Konzeptionierung, Design-Erstellung, Programmierung und Support für den modeherz-Webshop. Dazu kamen noch etliche Leistungen zur Vermarktung wie Newsletter, Facebook, etc.

Warum hat sich Modeherz für plentymarkets entschieden?

P. Ludewig: plentymarkets ist eine Komplettlösung, die gerade für den Multichannel-Vertrieb ausgereifte Lösungen bereithält. Alle relevanten Bereiche des eigenen Online-Business in einer Software vereint zu haben, bedeutet vor allem Sicherheit für den laufenden Betrieb sowie für Investitionen. Modeherz ist schon lange Kunde von plentymarkets und hat diese Entscheidung mit Sicherheit noch nie bereut.

Was hat Sie als Agentur bei plentymarkets überzeugt, wo sehen Sie bei deren ERP-System die größten Vorteile für Händler?

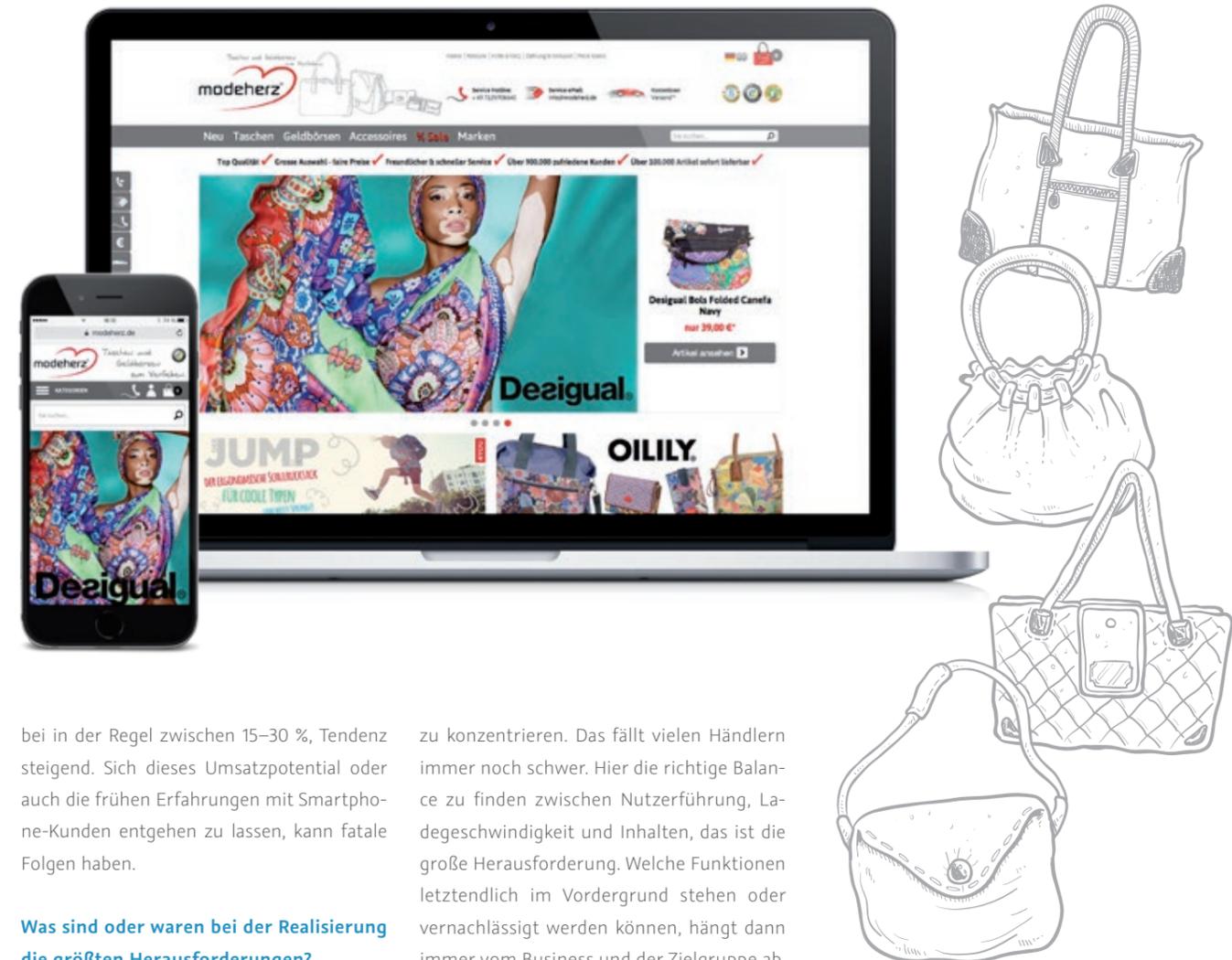
P. Ludewig: Wir haben uns als Agentur auf Händler fokussiert, die alle relevanten Online-Vertriebskanäle nutzen wollen. Sowohl für uns als auch für den Händler selbst ist plentymarkets hierfür die perfekte Lösung.

Wo machen, aus Ihrer Sicht, Online-Händler die meisten Fehler bei der Positionierung, Zielgruppendefinition oder im Internethandel generell?

P. Ludewig: Der Online-Handel ist keine Angelegenheit für nebenher. Wir haben die Erfahrung gemacht, dass Händler, die sich sehr stark mit dem Online-Handel beschäftigen und sich darauf einlassen, auch erfolgreich sind. Fehler wie Positionierung und Zielgruppendefinition kommen sicherlich vor, lassen sich aber korrigieren. Wer sich aber nicht zu 100% auf den Online-Handel konzentriert, hat heutzutage keine Chance mehr.

Sie setzen mit einem Responsive Design stark auf Mobile Commerce. Was waren die Beweggründe und welche Auswirkungen können Sie feststellen?

P. Ludewig: Die Frage nach Responsive Design stellt sich heute eigentlich nicht mehr. Das ist mittlerweile zu einer Grundvoraussetzung geworden und unsere Kunden wissen, dass Mobile Commerce die Zukunft des Online-Handels massiv beeinflusst. Der Anteil der Zugriffe über Smartphones variiert hier-



bei in der Regel zwischen 15–30 %, Tendenz steigend. Sich dieses Umsatzpotential oder auch die frühen Erfahrungen mit Smartphone-Kunden entgehen zu lassen, kann fatale Folgen haben.

Was sind oder waren bei der Realisierung die größten Herausforderungen?

P. Ludewig: Die größte Herausforderung in komplexen Projekten ist immer die Kommunikation. Den Anforderungen, Erwartungen und Vorstellungen eines Kunden über einen langen Realisierungszeitraum gerecht zu werden, bedarf einer Menge Vertrauen, Verständnis und Geduld auf beiden Seiten.

Worauf sollten Online-Händler bei den mobilen Versionen ihres Online-Shops besonders achten, welche Funktionen sind wichtig, sollen in den Vordergrund gestellt und welche eher weggelassen werden?

P. Ludewig: Die Kunst bei der mobilen Shopversion ist es, sich auf das Wesentliche

zu konzentrieren. Das fällt vielen Händlern immer noch schwer. Hier die richtige Balance zu finden zwischen Nutzerführung, Ladegeschwindigkeit und Inhalten, das ist die große Herausforderung. Welche Funktionen letztendlich im Vordergrund stehen oder vernachlässigt werden können, hängt dann immer vom Business und der Zielgruppe ab.

Der Checkout gilt als kritischer Punkt im Online-Handel. Was tun Sie und wie unterstützt Sie plentymarkets, um eine verbesserte Konversionsrate im Checkout-Prozess zu erreichen?

P. Ludewig: Wir pflegen einen intensiven Austausch mit den Entwicklern von plentymarkets und mit Jan Griesel selbst. Der Checkout-Prozess spielte hierbei immer eine besondere Rolle. Mit dem neuen individuellen Checkout haben wir mittlerweile eine neue Qualitätsstufe für den Checkout, die uns die Freiheit gibt, den Prozess selbst zu gestalten. Damit können wir noch gezielter auf die Anforderungen unserer Kunden eingehen und Lösungen anbieten.

Wie zufrieden sind Sie mit dem aktuellen Status Quo und was könnte noch besser laufen?

P. Ludewig: Wir sehen und erleben, wie intensiv die Mitarbeiter von plentymarkets an der Weiterentwicklung ihres Systems arbeiten. Das gilt sowohl für die Bereiche des ERP-Systems, als auch für den Webshop-Bereich. Das freut uns natürlich sehr, da wir noch viele kreative Ideen haben, die wir in Zukunft umsetzen wollen. Wir sind daher aktuell sehr zufrieden mit der Entwicklung und freuen uns auf jedes neue Modul, das plentymarkets herausbringt und das so unsere Kunden und auch uns weiterbringt.

plentymarkets Wahlbox_>

Ihr Projektwunsch: Neue Artikelarchitektur

Sie wählen – wir entwickeln. Das ist das Motto unserer „plentymarkets Wahlbox“. Die Zustimmungen zum Thema „neue Artikelarchitektur“ war so groß, dass wir Ihrem Wunsch gerne nachkommen und den Umbau der plentymarkets Artikelarchitektur umsetzen. Dieses große Projekt zieht sich durch das gesamte plentymarkets System durch, erfolgt in mehreren Etappen und wird schrittweise ausgerollt. Dennoch planen wir den Umbau der Artikelarchitektur noch vor Beginn des kommenden Weihnachtsgeschäfts abzuschließen.

Variationen

Der Artikelstammdatensatz in plentymarkets erhält eine neue Datenabstraktionsebene, die wir Variationen nennen. Eine Variation entspricht dabei einer Artikelausprägung. Bisher wurden Artikelausprägungen durch eine Kombination aus unterschiedlichen Preis-Sets und Varianten gebildet. Dieses Konzept ist jedoch nicht für jeden Anwendungsfall flexibel genug. Daher haben wir eine neue Datenstruktur entwickelt, welche sowohl die bisherigen Möglichkeiten weiterhin unterstützt, als auch neue Anwendungsfälle zulässt.

Jeder Artikel erhält zukünftig mindestens eine Variation. Innerhalb der Variation wer-

den Informationen gepflegt, aktuell direkt am Artikel, am Preis-Set oder auf Ebene der Artikelvariante. Im ersten Projekt verlagern wir beispielsweise die Zuordnung der Kategorie vom Artikel auf die Variation. Somit können die einzelnen Variationen in unterschiedlichen Kategorien im Webshop dargestellt werden. Gleichzeitig werden die Verkaufspreise separat verwaltet. Pro Variation können somit je nach Bedarf unterschiedliche Verkaufspreise hinterlegt werden.

Die Intention bei der Variation

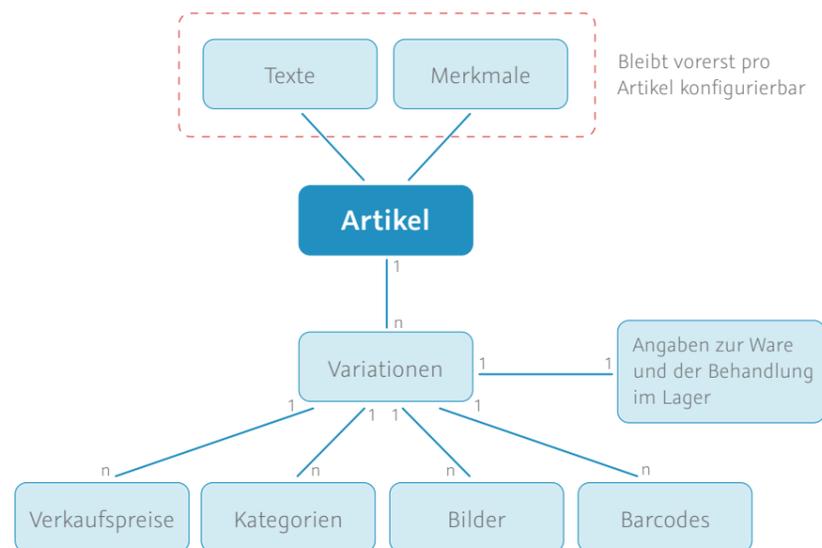
Wir möchten die Flexibilität für unsere Anwender erhöhen, aber nicht den administrativen Aufwand der Datenpflege. Wir erreichen dies, indem Sie nicht jede Angabe für jede Variation einzeln definieren müssen,

dies aber können. Sofern jede Variation beispielsweise den gleichen Verkaufspreis haben soll, dann definieren Sie diesen lediglich bei der Standard-Variation. Sobald in einer anderen Variation ebenfalls ein Verkaufspreis hinterlegt wird, wird dieser verwendet. Genauso verhält es sich bei den anderen Informationen, welche bei einer Variation hinterlegt werden können.

Wir werden durch diese erste Etappe bereits einen wesentlichen Teil des Gesamtprojekts ausrollen. In den folgenden Projekten werden weitere Informationen, wie beispielsweise die Artikelbeschreibung, pro Variation gesondert gepflegt werden können.

Verkaufspreise

Bisher konnten für einen Artikel 13 feste Preise definiert werden. Mehrkosten für bestimmte Artikelvarianten wurden über gesonderte Aufpreise abgebildet. In der neuen Artikelarchitektur können Sie global Verkaufspreise definieren und diese mit eigenen Filtern versehen, um damit festzulegen, wann dieser Verkaufspreis verwendet werden darf. Filter sind beispielsweise Mandanten-Shops oder Marktplätze. Pro Artikelvariante können Sie zukünftig direkt alle verfügbaren Verkaufspreise definieren oder nur dort einen Eintrag vornehmen, wo diese Variante zu einem abweichenden Preis angeboten werden soll. Sie können damit jede Artikelvariante auf allen Kanälen zu unter-



schiedlichen Preisen anbieten und alle Preise direkt im System pflegen. Dies gilt auch für unterschiedliche Währungen. Eine Artikelvariante kann in Ihrem Webshop in EUR zu einem anderen Preis angeboten werden, als in GBP oder USD. Die Möglichkeit der Live-Umrechnung auf Basis des aktuellen Wechselkurses bleibt dabei weiter bestehen.

UI: Benutzeroberfläche

Was im Zusammenhang mit der neuen Artikelarchitektur gefehlt hat, war ein UI-Entwurf, also ein Konzept, wie die Benutzeroberfläche aussehen soll. Diesen Entwurf haben wir gemäß der neuen Datenstruktur angepasst, erstellt und selbst in die Wahlbox eingebunden, um weiteres Feedback zu erhalten. Der finale Entwurf wird, vor der Veröffentlichung dieses Projekts, nochmals per Blog bereitgestellt. Dadurch können Sie sich auf die anstehenden Veränderungen gut vorbereiten.

Migration

Ihre bestehenden Artikeldaten werden vollständig auf die neue Datenbankstruktur überführt. Somit gehen keine Informationen verloren. Alle Bereiche in plentymarkets, welche Artikeldaten darstellen oder weiterverarbeiten, greifen direkt nach der Migration auf die überführten Daten zurück. Da sich durch die Erweiterung der Artikelstammdaten nun mehrere Möglichkeiten ergeben, Daten am Artikel abzulegen, wurden Datenimporte und Datenexporte angepasst. Dies benötigt Ihre Aufmerksamkeit und Kontrolle. Davon betroffen sind dynamische Importe/Exporte und die SOAP API. Sofern Sie diese Module nutzen, beachten Sie bitte die Hinweise im Changelog, bevor die neue Artikelarchitektur veröffentlicht wird. Ihre Drittsysteme sollten zuvor auf die aktuelle SOAP API Version 114 umgestellt werden. Durch die neue Möglichkeit, Mengenpreisstaffeln für Artikel zu definieren, kann die Anzahl der Verkaufspreise in Ihrem

System steigen. Wenn Sie Verkaufspreise mit Mengenstaffelung von externen Systemen importieren, prüfen Sie bitte, ob die zu importierenden Preise nun in die korrekten Preisfelder übernommen werden.

Wir freuen uns sehr, dieses große Projekt gemeinsam mit Ihnen gestaltet zu haben. Spricht dies doch für den Erfolg der Wahlbox und dass wir mit Ihrer Unterstützung noch viel mehr und praxisnäher zu leisten imstande sind.

Der Rollout der neuen Artikelarchitektur ist für Oktober geplant. Da dies unmittelbar vor dem Weihnachtsgeschäft ist, kann jeder selbst entscheiden, ob diese Neuerung dann auch in seinem plentymarkets System zum Einsatz kommen soll. Vor dem Rollout informieren wir Sie in unserem Blog über das genaue Vorgehen.



Kontakt_>

Die plentymarkets Wahlbox – Sie haben die Wahl:

Sie haben noch Fragen zu unserem Servicekonzept? Kontaktieren Sie uns gern unter:

geschaeftsleitung@plentymarkets.com

plentymarkets App_>

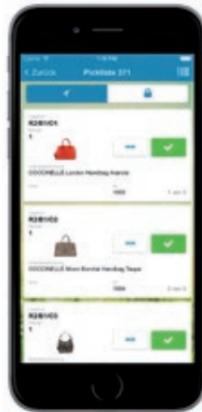
Nutzen Sie die ersten produktiven Features in der plentymarkets App

Die plentymarkets App wurde ursprünglich entwickelt, um wichtige Arbeitsprozesse und Informationen aus plentymarkets auch über mobile Endgeräte zugänglich zu machen.

In der ersten Version verfügte die App über die Möglichkeit, Kennzahlen, die Sie selbst konfigurieren können, auf unterschiedlichen Seiten darzustellen. In den letzten Wochen haben wir den Funktionsumfang der plentymarkets App um drei weitere, wichtige Features erweitert:

1. Pickliste

Das erste Feature aus dem Bereich Fulfillment ist die mobile Pickliste. In Zusammenarbeit mit dem plentymarkets Client, der in einem Arbeitsprozess eine Pickliste an plentymarkets überträgt, kann nun die App auf diese mobile Pickliste zugreifen und auf einem mobilen Endgerät darstellen. Das Besondere daran: Sie bestimmen und konfigurieren selbst, welche Informationen und Artikeldetails auf der Pickliste angezeigt werden sollen. So kann beispielsweise ein Artikelbild dargestellt werden, was sich in der Praxis vor allem für Fashion-Händler als hilfreich erwiesen hat.



2. Umbuchen

Mit diesem Feature kann ein Artikel innerhalb des Lagers von einem Stellplatz auf einen anderen umgebucht werden. Damit dieser Prozess möglichst effektiv umgesetzt werden kann, wurde die App um eine Barcode-Scanner-Funktion erweitert. Damit können Artikelbarcodes und Barcodes von Lagerorten gescannt werden. Nach intensiver Recherche haben wir uns für die Scanner des Herstellers Grabba¹ entschieden. Sobald ein solcher Hardware-Scanner angeschlossen und die Treiber-Hardware installiert wurde, erkennt die plentymarkets App dies automatisch und reagiert auf Scans.



Wenn Sie diese Funktion testen, aber noch keinen Scanner von Grabba erwerben möchten, haben wir zwei Lösungsvorschläge für Sie:

- » **Barcodes können über die integrierte Kamera erfasst werden. Diese Option ist nicht vergleichbar mit einem Hardware-Scanner, für einen Test aber ausreichend.**
- » **Wenn Sie ein Android-Smartphone verwenden, können Sie für einen Test einen klassischen USB-Scanner verwenden. Sofern ihr Smartphone keinen USB-Anschluss hat, bietet der Handel entsprechende USB-Adapter an. Auch dies ist als Behelfslösung zu verstehen.**

3. Warenbestand

Dieses neue Feature ermöglicht es, einen Artikel im Lager zu scannen oder manuell nach einem Artikel zu suchen. Vom gefundenen Artikel werden dann alle Lagerorte und der dort verfügbare Warenbestand dargestellt.

Ausblick – daran arbeiten wir zurzeit

Die Pickliste wird um Pick-by-Voice erweitert. Der Anwender kann dann definieren, welche Artikeldetails von der App vorgelesen werden sollen. Dadurch kann die Effizienz der Kommissionierung gesteigert werden, da der ständige Blick auf das mobile Endgerät entfällt und Hände und Augen beim Kommissionieren frei sind. Weiterhin wird die Unfallgefahr reduziert, da der Lagerist nicht durch Blicke auf die App abgelenkt ist und somit sein Umfeld ständig wahrnimmt.



¹ www.grabba.com

Ausblick_>

Shopluxe K5

Die begehrteste E-Commerce-Auszeichnung der Branche, der Shop Usability Award, wird am 10. September 2015 bereits zum achten Mal verliehen. Die Preisverleihung findet als Abendveranstaltung im Rahmen der K5 Konferenz im Ballhausforum Unterschleißheim statt.



Die hochkarätige Jury wird dieses Jahr zum ersten Mal, neben 12 Kategorien (u. a. Essen & Trinken, Mode, Möbel & Wohnen, Sport & Outdoor, Wellness, Beauty & Gesundheit etc.), auch Gewinner in zwei Sonderkategorien prämiieren: "Bester Markenshop" und "Innovativster Shop". Jede deutschsprachige Website, die durch ein Warenkorbsystem mindestens ein Produkt B2B oder B2C verkauft, ist als Online-Shop für den Award zugelassen.

Alle Bewerber werden anhand eines Kriterienkatalogs von Usability-Experten nach 6 Themengebieten und 26 Unterkriterien analysiert. Im Anschluss werden Punkte vergeben. Die besten fünf Shops jeder Kategorie, die in der Erstanalyse die meisten Punkte sammeln konnten, werden als „Nominierte Shops“ ausgezeichnet und der Fachjury übergeben. Im letzten Jahr dauerte die Bewertung der knapp 500 Bewerber etwa 300 Stunden und ergab eine 4 Meter lange Excel-Tabelle!

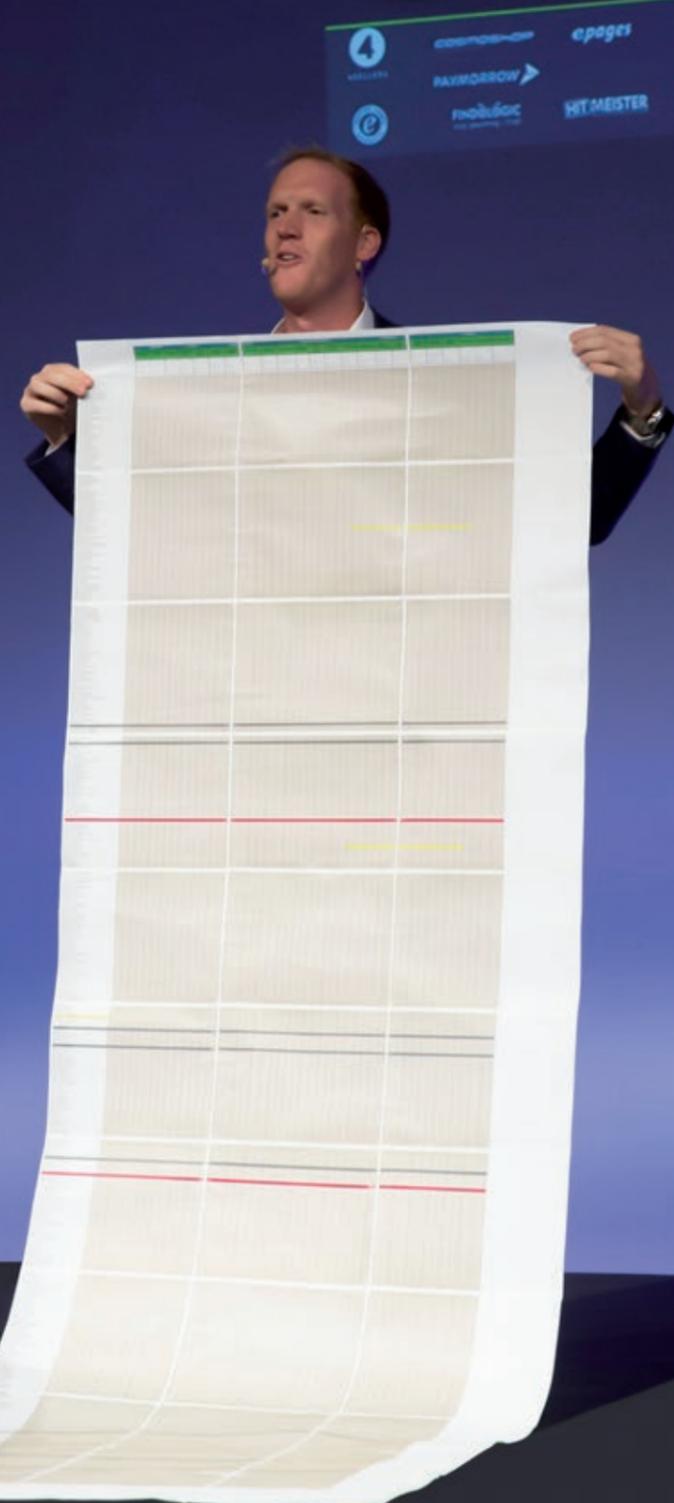
Themengebiete nach Gewichtung:

- » Look & Feel (30%)
- » Elemente zur Vertrauensschaffung (10%)
- » Kundeninformationen zum Shop (10%)
- » Navigation und Produktauffindbarkeit (15%)
- » Informationsgehalt auf den Produktdetailseiten (15%)
- » Bestellprozess und Bezahlung (20%)

Die Fachjury des Shop Usability Awards, mit Johannes Altmann von Shopluxe als Initiator des Awards, besteht aus namhaften Persönlichkeiten aus Verlagen, Bloggern und renommierten Beratern der E-Commerce-Szene. Pro Kategorie stehen jedem Jury-Mitglied 20 Punkte zur Verfügung. Die Punkte aus der Erstbewertung und die Punkte aus der Jury-Bewertung werden addiert. Der Shop mit den meisten Punkten geht als Sieger seiner Kategorie hervor. Der Kategorie-Sieger mit der insgesamt höchsten Punktezahl kann sich über die Auszeichnung "Gesamtsieger des Shop Usability Awards" freuen.

Großartig unterstützt wird der Shop Usability Award von folgenden Sponsoren: Hauptsponsor plentymarkets, 4sellers, Cosmishop, Demandware, e-matters, econda, Hitmeister, Intershop, JTL Software, Shopluxe, Shopware, OXID esales und Prestashop.

Website zum Award: www.shop-usability-award.de



Rückblick E-Commerce-Cup _>

Kampf um den Sieg beim plentymarkets Fußball-Event



Wer siegen will, muss Tore machen! So lautet das Motto des plentymarkets E-Commerce-Cups. Am 30. Mai 2015 fand der zweite E-Commerce-Cup auf dem Gelände des VfL Kassel statt.

Zusammen mit unseren Partnern haben wir einen Tag lang in mitreißender Atmosphäre ein großartiges Fußballturnier gefeiert, mit dem Ziel, die Gemeinschaft und Partnerschaft zu fördern und zu festigen. Alle Teilnehmer kämpften beim plentymarkets E-Commerce-Cup bis zum Umfallen. Neben dem Kampfegeist spielte der Spaßfaktor natürlich die größte Rolle. Auf dem Fußballplatz durften Partner ihren liebsten Konkurrenten ganz offiziell auf die Füße treten, um

sich auf dem Weg zum Sieg bis an die Spitze zu kämpfen und sich der Herausforderung zu stellen: Pott oder Spott?

Folgende Teams traten gegeneinander an:

- » Rakuten
- » Hitmeister
- » Shopgate
- » zentral kommunikation werbeagentur
- » plentymarkets
- » All stars-Team aus Spielern von Synesty, Heista und Atriga

Im Finale des spannenden Fußballturniers trafen die Gastgeber von plentymarkets auf den Titelverteidiger Rakuten. Zum Schluss setzte sich schließlich die Heimmannschaft gegen Rakuten nach Siebenmeterschießen mit 2:1 durch. Sie konnte sich damit für die letztjährige Pleite im Halbfinale revanchieren und den Pott zurück nach Kassel holen. Nach der Siegerehrung fand ein gemütlicher Ausklang mit griechischem Essen und dem DFB-Pokalfinale als Liveübertragung statt. Wir freuen uns jetzt schon auf den nächsten E-Commerce-Cup mit siegeshungrigen Partnern – und den etwas anderen Partneraustausch!



Video-Blogs _>

Mit hochaktuellen Video-Blogs noch besser informiert

Erfahren Sie alle wichtigen plentymarkets News und Weiterentwicklungen ab sofort auch über unsere praxisnahen Video-Blogs. Jetzt erhalten unsere Kunden, Neukunden und Interessierte regelmäßig anschauliche Video-Blogs mit wertvollen Informationen zu Neuerungen, Entwicklungen und Optimierungen zu plentymarkets. Aktuell gibt CEO Jan Griesel Einblicke in wichtige und interessante Updates für den plentymarkets-Webshop. Sie erfahren, welche neuen Möglichkeiten im plentymarkets Webshop verfügbar sind und erhalten einen Überblick über den neuen, individuellen Checkout in plentymarkets.



Hier geht's zu unseren Videos: www.plentymarkets.eu/news/videos

E-Commerce-Veranstaltungen und Messen _>

Wir empfehlen folgende Events

10.09.2015 München		Der Shop Usability Award wird nun schon zum 8. Mal verliehen und ist einer der beliebtesten E-Commerce Awards in Deutschland. Die Verleihung findet als Abendprogramm der K5 Konferenz in München statt. www.shop-usability-award.de
16.-17.09.2015 Köln		Auf der internationalen Leitmesse und Konferenz für digitale Wirtschaft werden Innovationen und Technologien greifbar gemacht. Top-Entscheider diskutieren über Potentiale für die Zukunft und Herausforderungen der „Digiconomy“. www.dmexco.de
30.09.-01.10.2015 London		Die E-Commerce Expo London ist der wichtigste Branchen-Treffpunkt in Großbritannien. Anerkannte Experten sprechen über alle entscheidenden Bereiche des E-Commerce, von Zahlung, Logistik und Kundendienst bis hin zu Multichannel-Strategien. www.ecommerceexpo.co.uk
07.-08.10.2015 Düsseldorf		Die NEOCOM - Messe und Kongress - ist eine Leitveranstaltung im Multichannel-Handel. Auf dem Branchenevent werden neue Märkte und neue Player analysiert, diskutiert und in Best Practices von Experten präsentiert. www.neocom.de
13.-14.10.2015 London		Zum 10. Jubiläum wird nicht nur über Trends und neue Chancen, sondern auch über die Erfahrungen der letzten 10 Jahre diskutiert. Großes Thema dabei ist Multichannel-E-Commerce. www.internetretailingconference.com

Mitarbeitervorstellung _>

Maximilian Lauterbach

Maximilian Lauterbach ist Webentwickler bei plentymarkets. In unserem Interview berichtet er über seine Arbeit und was ihn daran fasziniert.

Was ist Ihr Aufgabengebiet bei plentymarkets?

M. Lauterbach: Ich erstelle und dokumentiere Fallbeispiele für unser Shopsystem. Diese Beispiele sollen unter anderem unseren Kunden neue Funktionen näherbringen und ihnen helfen, besser mit unserem System arbeiten zu können.

Woran arbeiten Sie gerade, was ist das nächste Ziel?

M. Lauterbach: Zurzeit arbeite ich an einem Use Case, wie unsere Händler Artikel aus ihrem Shop in Google Analytics integrieren können, um so das Kaufverhalten ihrer Kunden zu analysieren.

Was fasziniert Sie bei Ihrer Tätigkeit?

M. Lauterbach: Ich arbeite als Schnittstelle zwischen den Teams und komme mit vielen verschiedenen Bereichen und Leuten in Kontakt. Und ich darf mich immer wieder in interessante Themen einarbeiten und kann mir so viel Wissen aneignen.

Was möchten Sie in Ihrem Leben unbedingt einmal ausprobiert haben?

M. Lauterbach: Einen Interstellarrflug.

Was machen Sie in Ihrer Freizeit am liebsten, was sind Ihre Hobbys?

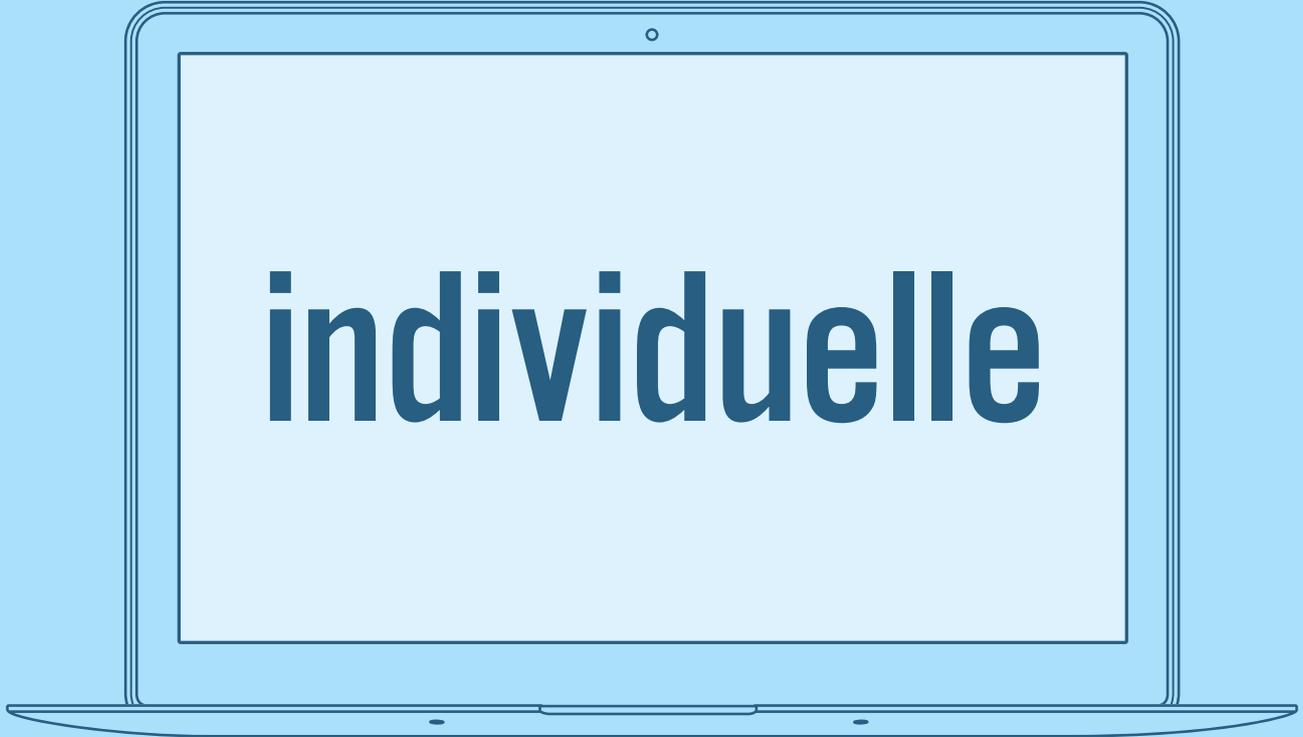
M. Lauterbach: Überleben.

Zur Person_>



Maximilian Lauterbach

Alter: 30 Jahre
Bei plenty seit: Juni 2015
Position: Webentwickler



www.frontend-studios.de