

So führt Digitalisierung zum Erfolg

Der Bundesverband der Deutschen Sportartikel-Industrie e.V. (BSI) unterstützt bei der Umsetzung der perfekten Customer Experience.

Die Marktdigitalisierung hat nicht zuletzt in den Pandemie-jahren rasant an Fahrt aufgenommen. Schon allein deswegen setzt der BSI hier den Fokus. Denn eine perfekte Customer Experience ist für den Erfolg von Marken und Händlern essenziell. SAZsport fragte bei Bastian Tielmann, Referent beim BSI, nach.



Bastian Tielmann ist Referent beim BSI und für alle Digitalthemen zuständig. Das Sport Clearing-Center hat er von Beginn an begleitet.

SAZsport: Was sind die größten Herausforderungen im Bereich Digitalisierung?

Bastian Tielmann: Im Fokus steht immer der Konsument. Getrieben von D2C-Marken und der Nutzung von Plattformmodellen müssen alle Marktteilnehmer näher an die Kunden herantreten, um relevant zu bleiben. Dies erfordert eine intensive Zusammenarbeit zwischen Herstellern und Händlern im Bereich Kommunikation und vor allem auch im Datenmanagement. Nur so kennen Marken die genauen Kundenbedürfnisse, Kauf- und Nutzungsgewohnheiten, um Produkte und Services entsprechend zu gestalten. Dies erfordert eine enge Verzahnung von Online und Offline. Auch das Thema Nachhaltigkeit wird im Digital Commerce immer wichtiger. So sind zukünftig verstärkt zirkuläre Geschäftsmodelle und auch völlig neue Businessmodelle gefragt. Für den BSI ist außerdem das Thema Effizienz und Zusammenarbeit aller Marktpartner wichtig.

SAZsport: Sie sprechen das Thema Effizienz an. Der BSI betreibt ein eigenes EDI Clearing-Center. Wie profitieren Marken und Händler hiervon?

Tielmann: Hersteller und Händler tauschen ihre Geschäftsdokumente wie Bestellungen, Lieferscheine und Rechnungen auf verschiedenen Wegen aus, im besten Fall automatisiert über EDI-Lösungen. In vielen Fällen muss jedoch für jeden Partner eine eigene Schnittstelle programmiert und gepflegt werden. Dies verursacht großen Aufwand und hohe Kosten. Unser Sport Clearing-Center bietet Herstellern die Möglichkeit, über eine Schnittstelle Daten mit vielen Handelspartnern auszutauschen. Das System funktioniert natürlich auch auf Seiten des Händlers: Auch hier werden Dokumente und Daten mit Herstellern getauscht. Das Sport Clearing-Center ist auch offen für Nichtmitglieder.

SAZsport: Wo entstehen durch das Sport Clearing-Center Kostenvorteile?

Tielmann: Das Sport Clearing-Center ist darauf ausgelegt, die Kosten zu decken und Weiterentwicklung zu ermöglichen. Je mehr Hersteller

sich beteiligen, desto niedriger die Kosten pro Hersteller. Für Handelspartner ist die Teilnahme übrigens kostenlos. Neben einem einmaligen Finanzierungsbeitrag gibt es einen Jahresbeitrag mit zwei Optionen: die Light-Version (Austausch mit bis zu drei Händlern) oder die Voll-Version (unbegrenzte Anzahl an Handelspartner-Schnittstellen). Weitere Transaktionskosten entstehen nicht.

SAZsport: Bietet der BSI noch weitere Services in puncto Digitalisierung?

Tielmann: Wir starten in diesem Jahr mit einem neuen Tool, dem Digital Competence Check. Zunächst können sich Mitglieder mit einigen Aspekten des E-Commerce-Geschäfts und dem Stand der Digitalisierung im Unternehmen auseinandersetzen. Eine Erstausswertung soll eine Einschätzung geben, welche Pain Points die Firmen als erste angehen können und welche Partner oder Systeme dafür geeignet sind. Als BSI erhoffen wir uns eine Bestandsaufnahme in Bezug auf Digitalisierung und E-Commerce, sodass wir unsere Verbandsarbeit bestmöglich darauf ausrichten und neue Partner für diese Bereiche finden können.

SAZsport: Was raten Sie Ihren Mitgliedern beim Thema D2C?

Tielmann: Wir raten unseren Mitgliedern, sich intensiv damit auseinanderzusetzen, wie man Konsumenten durch ihre Produkte und Services und direkte Kommunikation an die Marken binden kann. Wir glauben, dass die Zusammenarbeit mit dem Handel, auch durch verschiedene Technologien, essenziell ist. Außerdem haben wir im vergangenen Jahr eine sehr erfolgreiche Webinar- und Seminarreihe zu D2C gestartet, die wir 2023 fortsetzen. Diese Veranstaltungen bieten neben Informationen und Einblicken in erfolgreiche D2C-Strategien einen wertvollen Austausch, auch mit dem Handel, um gemeinsam bessere Kundenerlebnisse zu schaffen.

Interview: Astrid Schlüchter

Zur Info:

Der BSI lädt im Frühjahr zu zwei Seminaren ein:

15.02.2023 Sport Clearing-Center – so profitieren Hersteller

21.03.2023 D2C-Strategien im Sportmarkt – Effizienz-sicherung und Kundenzufriedenheit

Weitere Informationen unter www.bsi-sport.de



Bundesverband der Deutschen Sportartikel-Industrie e.V.