



Google Core Web Vitals
Hall of Fame
Österreich - E-Commerce

Success Story

„Die Content-Suche ist für uns ein großer Mehrwert“

Das österreichische Modehaus Kastner & Öhler blickt auf eine fast 150 Jahre lange Erfolgsgeschichte zurück – und schon seit den Anfängen ist das Unternehmen seiner Zeit voraus: So gehört Kastner & Öhler zu den Mitbegründern des Versandhandels in Europa, führte bereits um 1900 Sozialleistungen für Mitarbeiter ein und investiert seit jeher in ein Einkaufserlebnis, das Kunden fasziniert und inspiriert. Letzteres realisiert das Traditionshaus sowohl durch ein beeindruckendes Filialnetz als auch durch die beiden Online-Shops kastner-oeehler.at und gigasport.at, die monatlich etwa eine Million Besucher anziehen.

Entsprechend seinem Innovationsgedanken betreibt das Unternehmen seine verschiedenen Vertriebskanäle nicht einfach nur getrennt voneinander. Seit dem Einstieg in den eCommerce in 2014 steht stattdessen die Verknüpfung aller Kanäle im Fokus: Omni-Channel lautet die Strategie, und mit FACT-Finder setzt Kastner & Öhler auf eine Such- und Navigationslösung, die dieses Konzept unterstützt. Doch wie lassen sich neben Produktergebnissen auch stationäre Inhalte durchsuchbar machen? Gernot Ortoff, Leitung Online Marketing & eCommerce, gibt Einblicke in die Anwendung von FACT-Finder.

eCommerce-Umsatz in der Pandemie verdoppelt

Spätestens seit den Lockdowns zeichnet sich ab, wie wichtig lokale Informationen für Online-Besucher sind. Sei es, um den Standort der nächstgelegenen Filiale zu finden, Öffnungszeiten und aktuelle Informationen einzusehen oder Services wie Click-and-Collect zu nutzen. Laut dem Handelsverband Deutschland ist der Click-and-Collect-Umsatz im Jahr 2020 auf 4,6 Milliarden Euro angestiegen, was bereits einem Anteil von 6,4 Prozent am deutschen eCommerce-Umsatz entspricht.

Mit Blick auf den DACH-Markt kann Gernot Ortoff anhand eigener Erfahrungen bestätigen, dass die Pandemie das Einkaufsverhalten der Kunden nachhaltig verändert hat. Kastner & Öhler hat es sogar geschafft, den eCommerce-Umsatz in dieser Zeit mehr als zu verdoppeln, so dass der Online-Kanal heute einen wesentlichen Anteil des Gesamtumsatzes erwirtschaftet. Gernot berichtet: „Wir sehen, dass immer mehr unserer Kunden online kaufen und sich informieren und dann in die Filiale kommen, um die Ware abzuholen. Ein wichtiger Teil unserer Zielgruppe sind zum Beispiel die 45- bis 60-Jährigen, die vor der Pandemie noch nicht so online-affin waren, aber das Online-Shopping inzwischen schätzen und es auch in Zukunft beibehalten. Grundsätzlich unterscheiden Kunden heute nicht mehr zwischen online, mobile oder offline. Sie kaufen bei Marken wie Kastner & Öhler oder Gigasport und sie erwarten, dass ihre Bedürfnisse erfüllt werden – egal, wo und wie sie shoppen. Dabei legen unsere Kunden viel Wert auf Beratung und Service, sowohl im Bereich Mode als auch Sport. Und da gehört eine gute Suche mit dazu.“

UX auf Topniveau: Online-Shop in der Google Hall of Fame

Auch wenn die Online-Präsenz von Kastner & Öhler recht jung ist verglichen mit anderen bekannten Playern: Was User Experience und Performance betrifft, spielt der Modehändler längst in einer Liga mit den Besten der Besten. Kürzlich wurde Kastner & Öhler in die „Core Web Vitals Hall of Fame“ von Google aufgenommen und reiht sich damit in die Top-5 der nutzerfreundlichsten Online-Shops Österreichs ein. Einer der ausschlaggebenden Faktoren für diesen Erfolg war laut Gernot die konsequente Ausrichtung auf „Mobile First“:

„Wir sehen, dass mittlerweile ca. 70 Prozent unserer Websitebesuche über mobile Endgeräte erfolgen und schnelle Ladezeiten für unsere Kunden ein Muss sind. Genau aus diesem Grund hat bei jeder Weiterentwicklung unseres Online-Shops der Fokus auf Performance einen extrem hohen Stellenwert.“

Bei der Auswahl seiner eCommerce-Technologien setzt Kastner & Öhler auf die Best-of-Breed-Lösungen am Markt. So auch für die Onsite-Suche. Mobile-Shopper kaufen häufig von unterwegs, bei niedriger Datenübertragungsrate ein. Zudem kann ein Smartphone-Display deutlich weniger Produkte auf einmal anzeigen als Desktop-Bildschirme. Aus diesen Gründen sind schnelle, relevante Suchergebnisse besonders bei hohem Mobile-Traffic erfolgsentscheidend.

FACT-Finder ermöglicht sowohl Produkt- als auch Content-Suche

Seit bereits sieben Jahren übernimmt FACT-Finder die Suche in 50.000 Produkten auf kastner-oehler.at und 20.000 Produkten auf gigasport.at. Aber nicht nur das: Die selbstlernende Lösung kommt auch zum Einsatz, um Kunden die Suche nach informativem Content, Marken-seiten und Filialdaten zu ermöglichen:

„Neben der intelligenten Produktsuche schätzen wir an FACT-Finder besonders die Weiterleitungs-Kampagnen“, sagt Gernot. „Also dass die Suche nicht nur begrenzt ist auf Produkte, sondern Kunden auch auf passende Content-Seiten bringen kann. Wenn man Filial-Standorte wie Graz oder Villach eingibt, gelangt man direkt auf entsprechende Seiten mit den Infos zu den Filialen. Die Content-Suche in FACT-Finder ist für uns ein großer Mehrwert – andere Suchlösungen sind hingegen sehr oft nur auf das Finden von Produkten limitiert.“

Symbiose aus künstlicher und menschlicher Intelligenz

Wenn es um die Produktsuche in einem großen Sportsortiment wie dem von Gigasport geht, stehen Kunden häufig vor einer spezifischen Herausforderung: Dem Herausfiltern von Zubehörartikeln. Sucht man beispielsweise nach „Fahrrad“, mischen sich in vielen Shops auch Produkte wie Fahrradhelme, Fahrradschläuche oder Fahrradschlösser zwischen die Ergebnisse. Also all das, was man als Kunde nicht im Sinn hat. Mit FACT-Finder kann das Online-Marke-

ting-Team von Gigasport dem jedoch einfach und effizient gegensteuern. Sonja Lidauer ist federführend für die Anwendung von FACT-Finder verantwortlich, sie erklärt:

„Dass man Kategorien global abwerten kann, ist bei unserem breiten Sortiment enorm nützlich. Mit den Ranking-Regeln hat es nur wenige Klicks gebraucht, um Ausrüstungs- und Zubehör-Produkte sinnvoll zu sortieren. Praktisch ist auch, dass ich die Auswirkung jeder Regel zunächst im Demo-Shop nachvollziehen kann, bevor sie live gehen.“

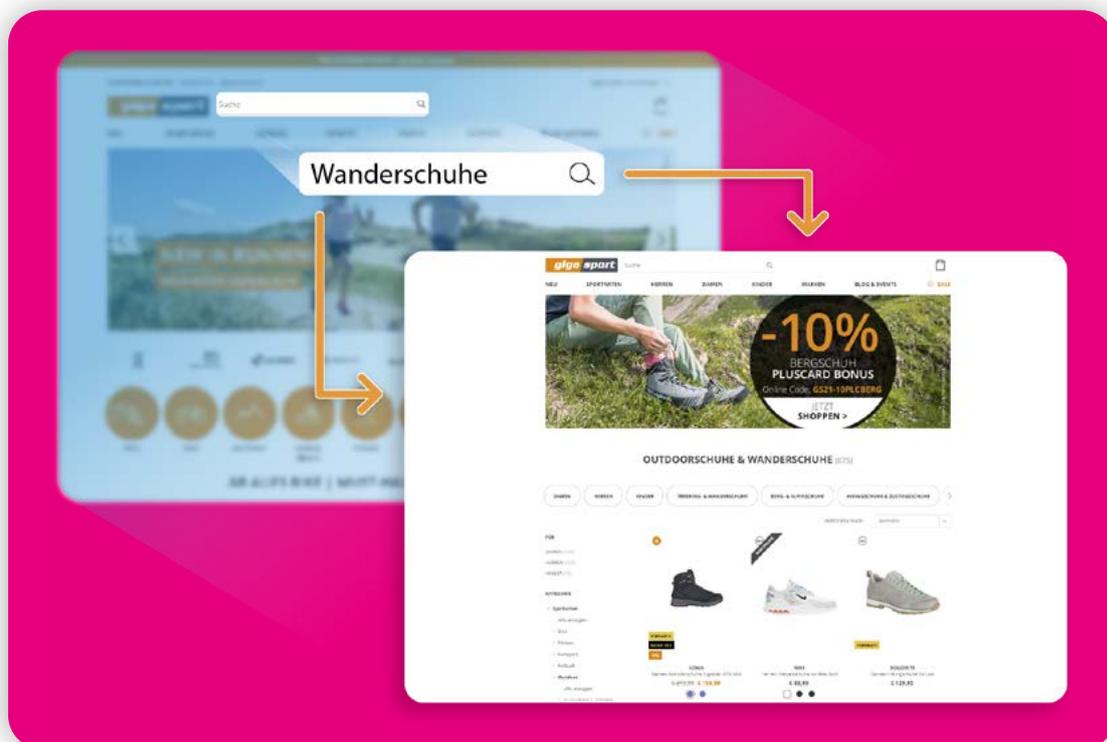
Gernot ergänzt: „Derzeit arbeiten wir auch an den Regelwerken der Suggest-Funktion und möchten noch zusätzliche Felder durchsuchbar machen – wir denken zum Beispiel daran, auch CMS-Content mit aufzunehmen. Wir sind sicher noch nicht ganz dort, wo wir sein wollen. Wir sehen aber deutlich, wie effektiv es ist, die Intelligenz von FACT-Finder mit menschlichem Wissen zu kombinieren, um möglichst optimale Ergebnisse zu erzielen.“

Hoher Anspruch: Suchoptimierung bleibt auch in Zukunft im Fokus

In Sachen Suche misst sich Kastner & Öhler nur mit den Besten im Markt. Auf dem Weg zur nahezu optimalen Pro-

dukt- und Content-Suche wird das Unternehmen seine Prozesse in nächster Zeit noch stärker mit FACT-Finder verzahnen:

„Wenn man bedenkt, dass etwa 70 Prozent der Kaufentscheidungen auf der ersten Suchergebnisseite basieren, muss sichergestellt sein, dass die Top-Treffer wirklich die richtigen sind. Daher möchten wir weitere aus Kundensicht relevanten Produkte in der Suche mit aufnehmen und das Shopping-Erlebnis mit Hilfe der FACT-Finder KI weiter optimieren. Immer mit dem Ziel, unseren Kunden noch schneller das zu bieten, was sie erwarten. Ich bin außerdem davon überzeugt, dass das Thema Suche aus mehreren Gesichtspunkten betrachtet werden muss – zum Beispiel kann ich mir vorstellen, dass es nicht mehr lange dauert, bis sich Technologien wie Barcode-Suche, Voice-Search und Bildersuche im eCommerce etablieren. Wir bei Kastner & Öhler sind immer offen für solche Innovationen, denn wir sehen, dass Sie den Suchprozess für Kunden enorm vereinfachen können.“



Praktische Weiterleitung mit FACT-Finder. Wer nach bestimmten Themen-, Marken- oder Content-Keywords sucht, wird direkt auf die passenden Shop-Seiten gebracht.

Über Kastner & Öhler

Kastner & Öhler ist das größte Mode- und Sportunternehmen in österreichischem Besitz. Mit Innovation und Qualität hat sich das 1873 gegründete Familienunternehmen internationales Format in der Modewelt erarbeitet und sich mit Gigasport als führender Sportanbieter etabliert. Die 34 Standorte in Österreich (15 Kastner & Öhler-Standorte, 16 Gigasport -Standorte, einem Infected Store und 2 Outlets) machen das Einkaufen zu einem Erlebnis der besonderen Art. Im Jahr 2019/2020 erwirtschaftete Kastner & Öhler einen Umsatz von 291 Millionen Euro.

Über FACT-Finder

FACT-Finder ist eine KI-basierte Technologie, die den Umsatz im Online-Shop steigert. Als weltweit führende Suchtechnologie kommt die Lösung in 1.800 Shops zum Einsatz. Dabei wurden Sales-Uplifts von 33 Prozent im Online-Shop und 125 Prozent im Mobile-Shop gemessen. Dank Web Components und Schnittstellen zu vielen eCommerce-Systemen ist FACT-Finder schnell und einfach im Shop integriert.

Mit der neuesten Innovation FACT-Finder Next Generation können Online-Händler noch komplexere Anforderungen der Zukunft abdecken: von großen Datenmengen über komplexe Preisstrukturen bis hin zu unzähligen Verkaufskanälen in verschiedensten Sprachen.

Entdecken Sie FACT-Finder live

In einer 20-minütigen Websession zeigen wir Ihnen, wie Sie Ihren Online-Umsatz steigern. Profitieren Sie von unserem Wissen aus 20 Jahren eCommerce.

Rufen Sie an unter: **07231 12597-0**
www.fact-finder.de

Best Site Search 2021



Diesen Shops verschafft FACT-Finder strategische Vorteile im Wettbewerb:



MYTHERESA

DOUGLAS



Ulla Popken

INTERSPORT

STIHL®

babywatz

... und über 1.800 weitere.