

FALLSTUDIE



Hästens

Neo4j-Datenbank ermöglicht Bettenhersteller Hästens einen 360°-Blick auf Kunden und treibt E-Commerce weltweit voran

BRANCHE

Fertigung

ANWENDUNGSFALL

Master Data Management/
Graph-basierte Suche und
Empfehlungen

ZIEL

360°-Blick auf Kunden für
erfolgreichen E-Commerce

HERAUSFORDERUNG

Integration und Nutzung von
Daten aus getrennten Silos

LÖSUNG

Neo4j sammelt und verknüpft
Kunden- und Betriebsdaten
weltweit und macht sie sofort
abrufbar

ERGEBNISSE

- Einführung eines globalen E-Commerce
- Drastische Verbesserung der Service-Reaktionszeiten

Hästens – der schwedische Bettenhersteller mit Kultstatus – nutzt Neo4j zur Integration und Analyse seiner Kundendaten über komplexe, vernetzte und globale Geschäftsabläufe. Damit kann Hästens in kürzester Zeit neue E-Commerce-Initiativen starten und seine Marketing- und Kundenservices optimieren.

Das Unternehmen

Hästens wurde 1852 im schwedischen Köping gegründet und ist einer der weltweit ältesten Bettenhersteller. Das Unternehmen ist auf handgefertigte Betten und Matratzen spezialisiert, wobei es natürliche Materialien wie Flachs, Rosshaar, Baumwolle und schwedische Kiefer verwendet. Hästens befindet sich seit sechs Generationen in Familienbesitz und ist Hoflieferant für das schwedische Königshaus. Das Unternehmen ist eine Marke mit Kultstatus: Seine Produkte werden in 275 Geschäften in 40 Ländern verkauft, darunter international bekannte Warenhäuser wie Macy's und Harrods. Mit mehr als 200 Mitarbeitern fertigt Hästens jedes Jahr rund 12.000 Betten.

Die Herausforderung

Das seit Generationen weitergegebene Qualitätsbewusstsein und der „Spirit of Excellence“ prägen auch die modernen E-Commerce-Abläufe des Unternehmens. 2015 entschied sich Hästens, seine IT-Systeme weltweit zu integrieren und mit Hilfe eines 360°-Blicks auf sämtliche Daten, Abläufe, Kunden und Partner die Verkaufszahlen nach oben zu treiben.

„Wir haben ein klares Ziel: Wir wollen das Publikum in unsere Stores holen. Dazu benötigen wir eine schnell skalierbare und entwicklungsfähige Technologie“, sagt Kent Lovestjärna, Digital Media Manager bei Hästens.

Zur Umsetzung dieses globalen Projekts wandte sich Hästens an den schwedischen E-Commerce-Spezialisten NetConsult.

„Hästens will seinen E-Commerce weltweit ausbauen“, so Anders Ekström, CEO von NetConsult. „Unsere Hauptaufgabe bestand darin, Hästens eine Rundumsicht auf jeden einzelnen Kunden zu ermöglichen.“

Voraussetzung dafür war die Integration der Daten aus der komplexen, weltweiten Organisationsstruktur von Hästens. Dazu zählen 275 Verkaufsstellen, die entweder von Hästens oder von Partnern geführt werden. Den Kunden werden mehr als 200.000 verschiedene Kombinationen von Bettkomponenten und Farben angeboten.

Hästens nutzte zudem unterschiedliche IT-Systeme, u. a. SAP für Produktplanung und Materialtransport, Salesforce für Vertrieb und Marketing. Hinzu kamen diverse eigenständige Datensilos. „Unser Job war die Modellierung dieser Datenstruktur und die komplette Integration und Einbindung aller Komponenten“, so Ekström.

Die Lösung

NetConsult entschloss sich, alle geschäftsentscheidende Daten von Hästens in einer zentralen Datenbank auf der Grundlage eines Master-Data-Management-Konzepts zu speichern. Diese große Menge stark miteinander verbundener („relationship-intensive“) Daten setzen einen bestimmten Typ Datenspeicher voraus. Die Lösung war Neo4j, eine konsequent auf die Erfassung komplexer Beziehungen zwischen verschiedenen Datenelementen ausgelegte Graphdatenbank.

Neo4j wurde Ende 2015 installiert. Heute können die Fachanwender von Hästens Kundeninformationen aus einer Vielzahl von Datenquellen nahezu in Echtzeit durchsuchen und abfragen.

Die Entscheidung für Neo4j erklärt Ekström so: „Letztlich geht es darum, wie die Daten in Neo4j strukturiert werden, denn dies ermöglicht es uns, Abfragen schnell zu formulieren und Daten schnell aufzufinden. Mit einer herkömmlichen SQL-Datenbank wäre das gar nicht möglich gewesen. Sie wäre nicht skalierbar.“

FALLSTUDIE



„Wir sind mit Neo4j überaus zufrieden. Was wir mit dieser Datenbank erzielen, ist enorm. Einschränkungen gibt es nicht. Wir realisieren genau das, was wir wollen. Mit Neo4j gibt es für uns keine Grenzen.“

– Kent Lovestjärna
Digital Media Manager,
Hästens



„Mit Neo4j können wir neue Funktionen und neue Programme viel schneller bereitstellen als je zuvor. Mit einer herkömmlichen SQL-Datenbank wäre das so gar nicht möglich gewesen. Für uns ist Neo4j von immenser Bedeutung.“

– Anders Ekström
CEO, NetConsult

Mit Neo4j können wir neue Funktionen und neue Programme schneller bereitstellen als je zuvor. Für uns ist Neo4j von immenser Bedeutung.“

In einem ersten wichtigen Schritt automatisierte und optimierte Hästens mit Neo4j die Bestellung der Produktkataloge. Dadurch verkürzte sich die Zeit zwischen Bestellung und Zusendung erheblich.

„Der Katalog ist unser wichtigstes Gut. Denn wir wissen genau, dass diejenigen, die den Katalog bestellen, auch diejenigen sind, die in die Stores kommen und unsere Produkte kaufen. So gesehen erwirtschaften die Kataloge eine hohe Rendite. Abhängig davon, wo der Kunde wohnt und wie viele Partner zwischen ihm und Hästens vorhanden sind, konnte es von der Katalogbestellung bis zur Zusendung bis zu vier Wochen dauern. Mittlerweile haben wir diese Zeit weltweit auf zwei bis drei Tage verkürzt“, erklärt Kent Lovestjärna.

„Mit dem Katalogsystem können die Manager von Hästens jetzt erkennen, wie gut die einzelnen Verkaufslädeninteressierten Kunden nachgehen, sie anrufen, Termine vereinbaren usw. Aus den damit erstellten Berichten erhalten wir Informationen darüber, wer am erfolgreichsten ist. Das war vorher gar nicht möglich“, ergänzt er.

Hästens und einzelne Stores nutzen dieses Wissen auch, um ihr Marketing zu optimieren und zielgruppengenaue Kampagnen mit hoher Erfolgsquote durchzuführen.

„Wir sehen jetzt genau, wo auf der Welt und in welchem Store wir welche Betten verkaufen. Hierzu greifen wir auf die Daten aus SAP, Salesforce und Dritt-Software zurück“, erklärt Lovestjärna. „Unser Marketingteam arbeitet nicht mehr nach dem Gießkannenprinzip, sondern adressiert ganz gezielt bestimmte Bereiche. Vorher konnten wir eigentlich gar nichts messen. Mit Neo4j erheben wir jetzt alle Daten und können unser Marketing auf sämtlichen Kommunikationswegen betreiben. Das ist immens wichtig für uns.“

Laut Kent Lovestjärna ist Hästens dank Neo4j in der Lage, E-Commerce- und Marketinginitiativen nahezu auf Abruf zu initiieren. „Wenn jemand neue Daten oder Anwendungen benötigt, braucht er nicht mehr lange zu warten. Mit Neo4j reagieren wir heute in kürzester Zeit.“

Die Ergebnisse

Neben diesen Neuerungen, konnte Hästens mit Neo4j eine Preiskalkulation entwickeln, die sämtliche Preise aller Betten und Komponenten in unterschiedlichsten Währungen und Sprachen integriert. Die Anwendung kann Preise für Produkte festlegen oder Preise für Länder oder Kunden bestimmen, die man gezielt ansprechen möchte. „Das alles beruht auf Neo4j“, sagt Kent Lovestjärna.

Mit einer auf Neo4j basierenden Konfigurationsanwendung können Kunden heute ihr Wunschbett zusammenstellen. Zur Automatisierung der vorher manuellen Produktionsaufträge ist die Anwendung an SAP angebunden.

Momentan arbeitet Hästens an zwei noch größeren Projekte. Jeder Partner-Store weltweit soll seine eigene Website erhalten, die über Neo4j vollständig in den Webauftritt von Hästens integriert ist. Die Stores können ihre eigenen lokalen Dienste bewerben, während Hästens ihnen standardisierte Webmodule bereitstellt. Das sorgt für ein konsistentes Markenprofil und stets aktuelle Online-Daten.

Darüber hinaus baut Hästens einen E-Commerce-Webstore auf, der den Online-Vertrieb über das Netzwerk an Stores und Partnern ermöglicht. Die Stores können ihren Kunden so Seiten präsentieren, die individuell auf deren Geschmack und die bereits erworbenen Produkte zugeschnitten sind. Auch hier nutzt Hästens die Fähigkeit von Neo4j, sehr schnell auf vernetzte Daten zuzugreifen. „Wir wissen, dass wir mit Neo4j dieses wichtige Projekt erfolgreich umsetzen können“, unterstreicht Kent Lovestjärna. „Wenn sich ein Kunde auf unserer Website einloggt, wissen wir, welches Bett er bereits gekauft hat, und können ihm dann genau die dazu passenden Produkte präsentieren.“

Lovestjärna weiter: „Mit der Integration von Neo4j in unser Unternehmen können wir Lösungen für Herausforderungen entwickeln, die uns zuvor jahrelang beschäftigt haben. Deswegen sind wir so überaus zufrieden mit Neo4j. Was wir mit dieser Datenbank erzielen, ist enorm. Einschränkungen gibt es keine. Wir realisieren genau das, was wir wollen. Auch die Einbindung ist problemlos - es funktioniert einfach. Mit Neo4j gibt es für uns keine Grenzen.“

Neo4j ist der führende Anbieter von Graphtechnologie. Die weltweit am häufigsten eingesetzte Graphdatenbank unterstützt Unternehmen wie [Deutsches Zentrum für Diabetesforschung e.V.](#), [NASA](#), [UBS](#) und [Daimler](#) darin, Zusammenhänge zwischen Menschen, Prozessen, Standorten und Systemen aufzudecken und datengestützte Vorhersagen zu treffen. Der Fokus auf Datenbeziehungen ermöglicht es, smarte Anwendungen zu entwickeln und die Herausforderungen vernetzter Daten zu meistern – von [Analytics und künstlicher Intelligenz](#) über [Betrußerkennung](#) und [Echtzeit-Empfehlungen](#) bis hin zu [Knowledge Graphen](#). Weitere Informationen unter [Neo4j.com](#).

Großbritannien uk@neotechnology.com

Frankreich ventes@neotechnology.com

Skandinavien nordics@neotechnology.com

Deutschland vertrieb@neotechnology.com

Südeuropa
southern-europe@neotechnology.com