



ERFOLGSGESCHICHTE VON DTV

# dtv investiert in die Zukunft: Shop-Relaunch als Wachstumstreiber

## Publikumsverlag erzielt 30 Prozent höhere Warenkorbwerte für B2C-Kunden und schafft verbesserte Arbeitsprozesse mit neuem Shopware-6-Shop

dtv ist in der Verlagsbranche als einer der größten deutschen Publikumsverlage bekannt und veröffentlicht jährlich hunderte spannende Bücher für Leser jeden Alters. Um diesen Kunden kontinuierlich bessere Lese- und Einkaufserlebnisse zu bieten, setzt das Verlagshaus seine Digitalisierungsvorhaben konsequent weiter um. Mit einem Relaunch-Projekt für den Online-Shop ist ein frischer Internetauftritt entstanden, der sich problemlos an aktuelle und künftige Ansprüche anpassen lässt. Der Fokus liegt dabei nicht nur auf der Gestaltung eines kundenfreundlichen Online-Shops für den modernen Leser, sondern er liegt ebenso auf der Erstellung passender Angebote für wichtige Zielgruppen wie Buchhändler und Lehrkräfte. Wir haben für dtv den Relaunch durchgeführt und gehen in einem separaten Beitrag auf die [technischen Details zur Umsetzung](#) ein.

### Auf einen Blick

- / 1960 gegründet als reiner Taschenbuchverlag
- / Jährlich circa 400 Buchpublikationen mit anteilig etwa 70 % Neuerscheinungen
- / [www.dtv.de](http://www.dtv.de)

## Der Kunde

1960 wurde die deutsche Verlagsgesellschaft mbH und Co. KG (dtv) unter dem Namen "deutscher Taschenbuchverlag" gegründet und publizierte zunächst nur Zweitveröffentlichungen. Heute zählt dtv zu den größten unabhängigen deutschen Publikumsverlagen, bei dem jährlich bis zu 400 Buchtitel – nun mehrheitlich Erstveröffentlichungen – erscheinen. Diese umfassen ein breites Themenspektrum: von internationaler Belletristik über Jugendbücher, Ratgeber bis hin zu Sachbüchern.

## Die Herausforderung

dtv verfolgte zwei wesentliche Ziele mit dem Relaunch-Projekt für den Webauftritt. Die veralteten Strukturen des Online-Shops sollten einem modernen Design weichen, um für ein ausgezeichnetes Nutzererlebnis zu sorgen und um mehr Freiraum bei der Gestaltung zu haben. Gleichzeitig wurden ein Ausbau der Serviceangebote für die Kunden sowie eine Optimierung der internen Prozesse und des Datenmanagements angestrebt.

Des Weiteren war die Zusammenlegung des Online-Shops und des Weblogs geplant. Mit den zusätzlichen Inhalten und Informationen aus dem Blog sollte sich der Shop besser in den Suchergebnissen platzieren. Auch die bisher getrennten Shops für Endkunden und Händler sollten zu einem einheitlichen Online-Shop zusammengeführt werden, wobei eine passende Ansprache der verschiedenen Kundengruppen (Endkunden, Lehrer sowie Händler) weiterhin sichergestellt werden sollte. Darüber hinaus war es ein Wunsch von dtv, die Mitarbeiter bei verschiedenen Marketing-Aufgaben besser zu unterstützen, wie beispielsweise bei der gezielteren Segmentierung von Newsletter-Empfängern. In Folge der gesamten Neugestaltung erwartete der Verlag mehr Kundenbesuche im Online-Shop sowie Umsatzsteigerungen im B2C- und B2B-Bereich.

**30 %**

höherer Warenkorbwert bei Endkunden

**11 %**

höhere Umsätze im Händlerportal

**2 %**

mehr Wiedereinkäufer

**15,67 %**

schnellere Antwortzeit des Servers

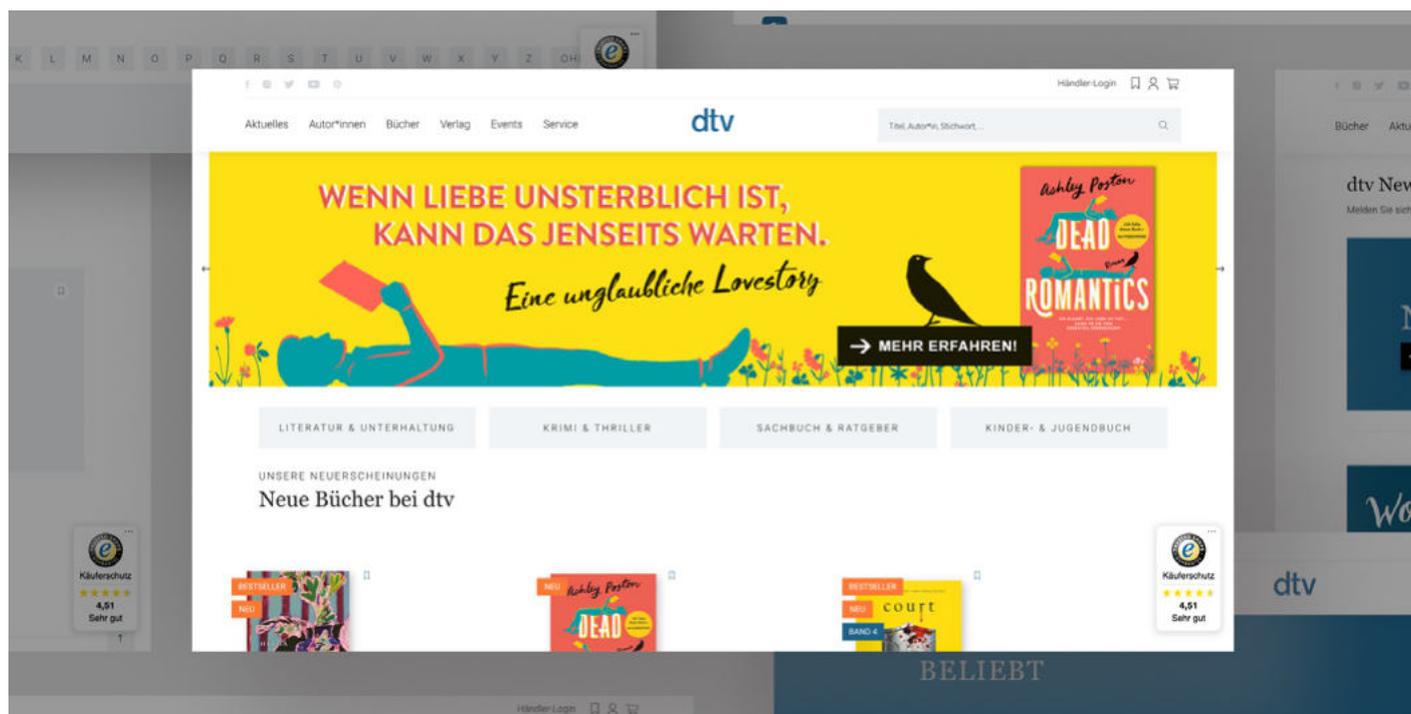
## Die Umsetzung

Um diese Ziele zu erreichen, plante dtv die Einführung von State-of-the-Art-Technologie. So entschied sich dtv beim Shopsystem für das deutsche Shopsystem Shopware 6. Die Hauptargumente für das moderne Shopsystem waren die Flexibilität und Anpassungsfähigkeiten des Systems sowie die verschiedenen Funktionalitäten und Erweiterungen, die dtv in der Gestaltung des Online-Shops mit Shopware 6 zur Verfügung stehen. Parallel dazu mussten neue Konzepte und Schnittstellen für die nahtlosen Übergänge zwischen den einzelnen Systemen wie auch dem neuen Shopsystem entwickelt werden. Im gemeinsamen Relaunch-Projekt setzen wir folgende Schwerpunkte für dtv um:

### Neues Corporate Design und moderne Shop-Gestaltung

Die optische Neugestaltung des Online-Auftritts ergab sich aus dem Rebranding, bei dem sich dtv für eine frische Farbgebung des Logos entschieden hatte. An diesen Farben orientierte sich die weitere Gestaltung des Online-Shops. Es entstanden klare Strukturen und klassisch reduzierte Formen. Die Betonung lag dabei immer auf den Produktbildern (Buch-Cover) und den dazu übersichtlich gehaltenen Informationen. Das sorgt insgesamt für ein einheitliches Gesamtbild und ein besseres Nutzererlebnis. Für das moderne „Look and Feel“ des Shops erhielt dtv bisher ein durchweg positives Kunden-Feedback.

Schließlich wurde ebenfalls die Suchfunktion im Online-Shop erweitert, da die standardisierten Optionen nicht genügten. Für eine zielgerichtete Recherche wurde beispielsweise die Kategorisierung der Buchtitel wie auch deren Auffindbarkeit an die Bedürfnisse der Leser und dtv weitestgehend angepasst.



## Die Umsetzung

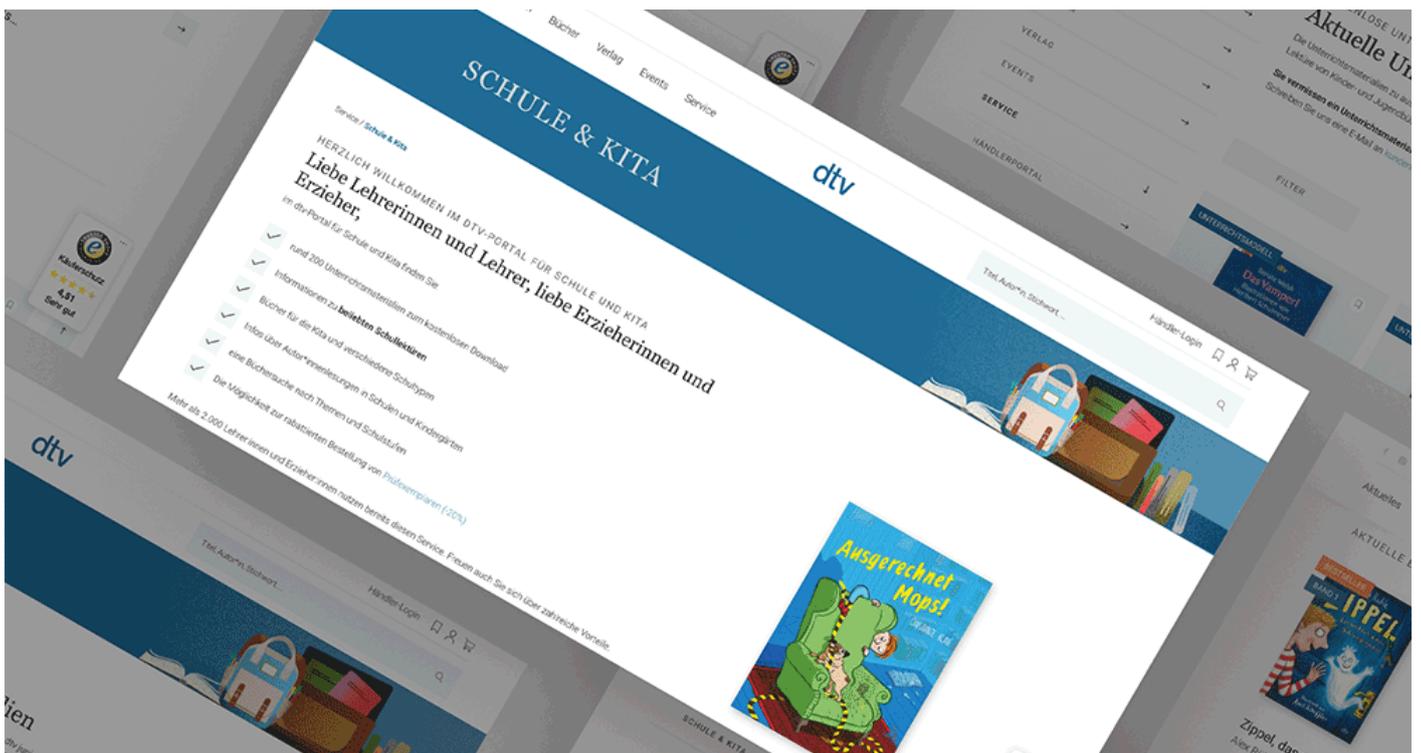
### Der passende Service für Lehrkräfte und Erzieher

Mit dem Lehrerportal ließ sich dtv einen eigenen Servicebereich im Online-Shop bauen, der sich ganz an den Ansprüchen der Zielgruppe ausrichtet. Drei Bonusaspekte ergänzen jetzt die klare Navigationsstruktur des Shops. Für die Arbeit mit Lernenden werden Lehrkräfte unter dem Menüpunkt „Schullektüren“ spezielle Filterungen für die verschiedenen Schul- und Altersklassen finden. Sie können diese Filter aber auch für die Recherche bestimmter Themenbereiche nutzen, die in der schulischen Ausbildung eine wesentliche Rolle spielen. Daneben erhalten Lehrer kostenlose Unterrichtsmaterialien und können sich über Angebote für Schulesungen durch Autoren informieren. Die Bestelloption für Prüfaxemplare rundet das Angebot für Lehrkräfte und Erzieher ab.

### Per Händler-Login entsteht eigener Bereich für Buchhändler

Im Zuge des Relaunch-Projektes entstand außerdem ein separates dtv Portal für die Kundengruppe der Buchhändler. Angedacht war zunächst, dass die Buchhändler in großen Teilen Zugriff auf ähnliche Inhalte wie die Endkunden haben werden. Über einen Händler-Login war ein eigener Abschnitt für spezielle Angebote vorgesehen. Dafür wurde ein Konzept zur Kundenansprache herausgearbeitet, indem die Shopware-Funktion zur Einteilung in verschiedene Kundengruppen genutzt wurde. Damit lassen sich vordefinierte Kundengruppen mit eigenen Inhalten versorgen.

Nach der Fertigstellung des Online-Shops ergaben sich direkt weitere Anpassungswünsche, die wir in einem kurzen Anschlussprojekt für dtv umsetzen. Mehr Informationen liefert das [dtv-Interview zum Händlerportal](#).



## Die Umsetzung

### Die Autorensseiten als informatives Spotlight

dtv hat für seine Autoren eigene Profilsseiten im Online-Shop erstellen lassen, um Lesern wichtige Hintergrundinformationen zu ihren Lieblingsautoren zu geben. Diese hauptsächlich automatisiert generierten Seiten repräsentieren die Autoren des Verlags besser als zuvor, weil Nutzern wesentliche Informationen zu Buchtiteln und weiteren Inhalten vermittelt werden. Die Seite informiert zusätzlich über anstehende Veranstaltungen mit den Autoren. Dadurch müssen Interessierte nicht zwingend die Seiten des Shops verlassen, was sich insgesamt positiv auf das Nutzererlebnis auswirkt.

### Verbesserungen im Bereich Datenmanagement und Marketing-Automatisierung

Im Rahmen des Projektes ließ dtv außerdem die Verlagssoftware Pondus für ein besseres Produktdatenmanagement einführen. In einem separaten Artikel finden Sie weitere Details zur [Schnittstellen-Entwicklung zwischen Shopware-Shop und PONDUS](#). Auf Basis dieses Datenmanagements lassen sich alle Informationen zu den Buchprodukten besser organisieren und präsentieren.

Zusätzlich wurde das Customer-Relationship-Management-Tool Hubspot für die Marketing-Automatisierung eingeführt. Dabei hat sich gezeigt, dass es sehr gut mit dem neuen Online-Shop kompatibel ist. Mithilfe von Hubspot bildet dtv Informationen zu Kunden wie auch Bestellungen ab und arbeitet verstärkt mit Automatismen bei Newslettern.

19,99 € inkl. MwSt  
• Lieferzeit 3-5 Tage, (versandkostenfrei)  
ODER BEI EINEM PARTNER BESTELLEN  
amazon Thalia Hugobudel  
Händler Login

aktuelles special

# SARAH J. MAAS

SARAH J. MAAS - AUTORINNENSPECIAL  
CRESCENT CITY  
DAS REICH DER SIEBEN HÖFE  
THRONE OF GLASS

## Queen of Fantasy

Sarah J. Maas konnte als eine der ersten Autorinnen einen fulminanten Erfolg mit einem selbst im Internet veröffentlichten Roman feiern: Mit gerade einmal 16 Jahren stellte sie »Queen of Glass« – so der damalige Titel – in ein Online-Forum und bekam bestes Feedback. Unter dem neuen Titel »Throne of Glass« wurde ihr Debüt 2010 in den USA als Roman veröffentlicht und ein voller Erfolg. Kurze Zeit später eroberte »Throne of Glass« auch die Herzen der Leser in Deutschland.

Neben »Throne of Glass« schreibt Sarah J. Maas auch das Fantasyepos »Das Reich der sieben Höfe« (engl. Originaltitel »A Court of Thorns and Roses«) und die Reihe »Crescent City«.

Käuferschutz  
4,51  
Sehr gut

Händler Login

Alle drei Buchreihen der Auto

## Die Ergebnisse

### Mit dem Shop-Relaunch entsteht für dtv eine zukunftsfähige Basis für ein erfolgreiches E-Commerce-Geschäft

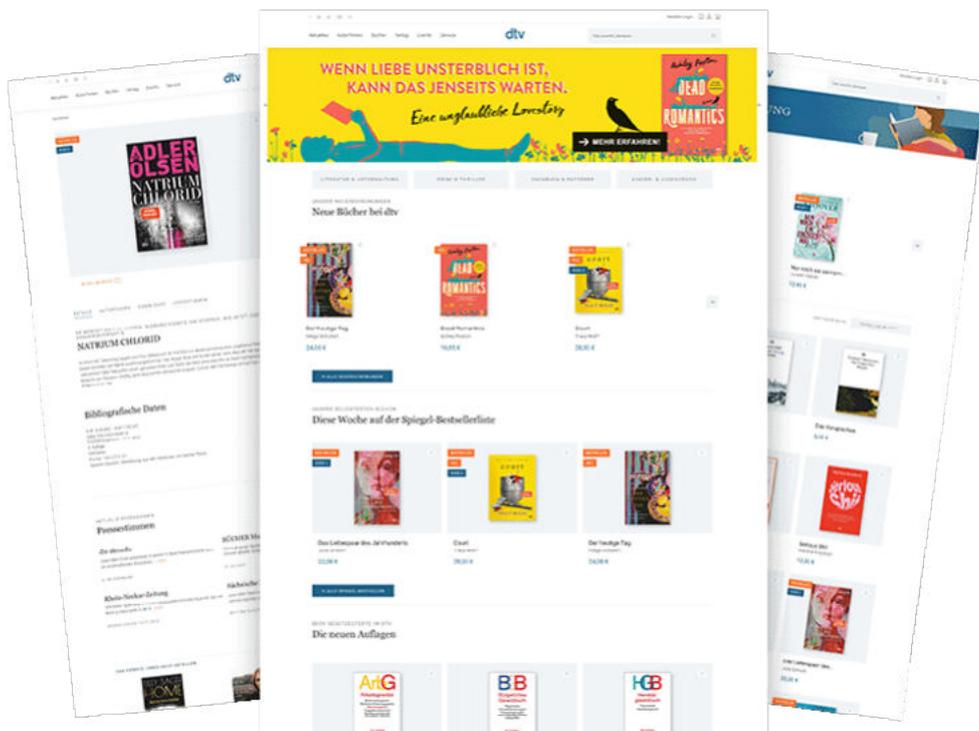
Mit dem gemeinsamen Relaunch-Projekt fand eine große Umstrukturierung bei den verschiedenen Systemen und Prozessen von dtv statt. Für das Verlagshaus ist – mit der Einführung vom Shopware-6-Shop bis hin zur Verlagssoftware Pondus – eine sehr gute technische Grundlage entstanden. So hat sich beispielsweise die durchschnittliche Antwortzeit des Servers um 15,67 Prozent verbessert und die Zeit, die Nutzer im Schnitt auf der Seite verbringen, um 1,14 Prozent gesteigert.

Außerdem ist es wichtig, alle Beteiligten mit diesen Systemen sowie den neuen Prozessen – z. B. dem aktualisierten Datenmanagement – vertraut zu machen. Hierbei hat sich gezeigt, dass die neuen Datenpflege- sowie Hintergrundprozesse jetzt geradliniger und zeitsparender laufen und sich die Arbeitsprozesse insgesamt vereinfacht haben. Mithilfe des neuen CRM lassen sich außerdem bestimmte Kundengruppen wie Lehrer zielgerichteter ansprechen. Dadurch hat sich zum Beispiel die Zahl der Landingpage-Aufrufe für den Lehrer-Newsletter um 81 Prozent gesteigert.

Diese zumeist technischen Anpassungen machen sich aber auch für die Kunden durch einen modernen Online-Shop mit ansprechendem Design und ausgezeichneter Benutzerfreundlichkeit bemerkbar. Die Shopseiten sind informativ und ansprechend aufbereitet. Die prominente Präsentation der Buchtitel hat insgesamt für mehr Wiederkäufer gesorgt. Auch der Umsatz im Händlerbereich konnte sich mit der Finalisierung des Händlerportals um 11 Prozent steigern.

*„Wir sind sehr zufrieden mit dem neuen Online-Shop. Nach allen bisherigen Anpassungen geht es jetzt daran, gemeinsam mit EXCONCEPT weiter zu optimieren.“*

**Jana Koller**  
Webshop-Managerin dtv



## Ein Ausblick

So manche Herausforderung für dtv ergab sich erst mit Beginn des Projekts, doch diese Hürden konnten priorisiert und gemeinsam gelöst werden. Die Mitarbeiter konnten sich abschließend über die neu entstandene Systemlandschaft und die neuen Prozesse in verschiedenen Schulungen informieren.

Nachdem die Anpassung der Systeme und Prozesse mit der Finalisierung des Relaunch-Projektes weitestgehend abgeschlossen ist, konzentriert sich das Verlagshaus künftig auf weitere Optimierungen, zu Beispiel in den Bereichen Suche und Performance, um das Einkaufen für Kunden zu einem noch schöneren Erlebnis zu machen und Kunden schnell zum gewünschten Produkt zu führen. dtv plant außerdem, die Automatisierungen im Marketingbereich weiter auszubauen. Zukünftig sollen interessierte Kunden passende Meldungen automatisiert für bestimmte Ereignisse erhalten, wie beispielsweise Ankündigungen von Neuerscheinungen.

In den nächsten Planungen wird auch das Projekt „Veranstaltungskalender“ angegangen. Dieser Kalender soll Nutzer zukünftig bei der Suche nach Veranstaltungen an einem bestimmten Datum oder Ort unterstützen. Bisher werden die Informationen nur am Produkt oder Autor angezeigt. Für die Autorensseiten wird schließlich noch über weitere Möglichkeiten zur Individualisierung nachgedacht.

Insgesamt ist der Verlag in einer sehr guten Ausgangsposition, um den aktuellen wie auch kommenden Anforderungen bei der Digitalisierung der Verlagsbranche gewachsen zu sein. Wie die Kunden freuen wir uns über die nächsten Neuerscheinungen und spannenden Features, mit denen der Verlag die Welt der Bücher zum Erlebnis macht.



Als E-Commerce-Agentur unterstützen wir seit 2011 Kunden im B2B- sowie B2C-Segment mit den passenden Lösungen für ihr Online-Geschäft. Neben dem Auf- und Ausbau von Online-Shops für mittelständische Unternehmen sowie Konzerne sind wir auf Lösungen im Bereich Datenintegration und Produkt-Informationen-Management spezialisiert.

