



200.000 ADRESSEN, FÜNF SPRACHEN, NULL STRESS: WINKLER MEISTERT MARKETING-KOMPLEXITÄT MIT EVALANCHE

Wie gelingt es, bei steigender Komplexität im Marketing nicht den Überblick zu verlieren – sondern gezielter, schneller und effizienter zu kommunizieren? Die winkler-Gruppe hat gemeinsam mit itmX und Evalanche eine ebenso professionelle wie einfache Lösung geschaffen, mit der sich Prozesse automatisieren, Zielgruppen differenzierter ansprechen und Systeme intelligent verzahnen lassen.

Die [Christian Winkler GmbH & Co. KG](#) zählt zu den führenden Großhändlern für Nutzfahrzeugersatzteile in Europa. Mit einem Vollsortiment von rund 200.000 Artikeln sowie mit 1.700 Mitarbeitenden unterstützt die winkler-Unternehmensgruppe Werkstätten, Fuhrparkbetreiber, Omnibusunternehmen und Agrarbetriebe bei der schnellen und zuverlässigen Ersatzteilversorgung – und das an 41 Standorten in Deutschland, Österreich, der Schweiz sowie weiteren Ländern Mittel- und Osteuropas. Neben dem klassischen Teilehandel bietet winkler umfassende Beratung, technische Dienstleistungen, eigene Instandsetzungskompetenz sowie moderne Logistikkösungen aus einer Hand. Branchenkenntnis, Kundennähe und ein klarer Fokus auf die Bedürfnisse des Nutzfahrzeugmarkts machen das Unternehmen zu einem geschätzten Partner.

PROJEKTFAKTEN

Branche:

Nutzfahrzeugteilehandel

Unternehmen:

Christian Winkler GmbH & Co. KG

Unternehmensgröße:

1.700 Mitarbeitende

Projektschwerpunkte:

Newsletter Automatisierung, mehrsprachige Templates, Marketing Vertrieb Schnittstelle

Beteiligte Systeme:

itmX marketing automation powered by evalanche, itmX sales, SAP

Highlights:

E-Mail-Designer, Artikelindividualisierung, Mehrsprachigkeit

Ziele:

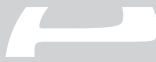
Effizienzsteigerung, Personalisierung, Automatisierung

Herausforderung:

große Datenmenge, Mehrsprachigkeit, komplexe Selektion, Systemintegration

Ergebnisse:

geringerer manueller Aufwand, schnellere Prozesse, präzisere Ansprache, bessere Zusammenarbeit Marketing/Vertrieb







DIE AUSGANGSSITUATION

Wie wird aus Masse Klasse?

Über die Jahre sah sich winkler mit einer wachsenden Adressbasis von 200.000 Kontakten konfrontiert – eine Herausforderung für Marketing und Vertrieb, die man mit manuellen Prozessen nicht mehr effizient bewältigen konnte. Die vier Newsletter des Unternehmens – darunter ein allgemeiner, einer für das winkler-Schulungsangebot, einer für technische Informationen sowie einer für Aktionen und Angebote – wurden in fünf Sprachen und über unterschiedliche Länderstandorte (DACH, Polen, Tschechien) größtenteils manuell erstellt, segmentiert und versendet. „Besonders zeitaufwendig war die Selektion, also die richtigen Adressen für eine Maßnahme herauszufinden“, erklärt Norbert Hänle, verantwortlich für IT SAP/CRM bei der Christian Winkler GmbH & Co. KG. Die Folge: Wertvolle Ressourcen flossen in manuelle Routineaufgaben, statt in strategische Kampagnenentwicklung und Kundenbindung.

UNSERE NEWSLETTER-FORMATE

			
WINKLER INFORMIERT	STARKE TEILE	SCHULUNGEN	INSTANDSETZUNG
Der Newsletter "winkler informiert" versorgt Sie einmal im Monat mit Infos zu Produktneuheiten aus dem winkler Sortiment und relevanten Branchennews.	Der Newsletter "Starke Teile" informiert Sie regelmäßig über die aktuellen winkler Aktionsangebote. Jetzt anmelden keine Angebote verpassen!	Dieser Newsletter informiert Sie regelmäßig über anstehende Schulungs- und Weiterbildungsmöglichkeiten an den winkler Standorten.	Dieser Newsletter informiert Sie monatlich über die vielfältigen Instandsetzungs-Dienstleistungen des winkler Technikzentrums in Ludwigsburg.
JETZT ANMELDEN	JETZT ANMELDEN	JETZT ANMELDEN	JETZT ANMELDEN

Insgesamt vier unterschiedliche Newsletter-Angebote versendet winkler automatisiert und personalisiert. (Quelle: winkler)

DIE ANFORDERUNGEN

Beschleunigung und Vereinfachung von Prozessen

Mit der Einführung einer Marketing-Automation-Lösung verfolgte winkler zwei zentrale Ziele: mehr Effizienz in der operativen Umsetzung und eine spürbar bessere Personalisierung der Kundenkommunikation. Bislang prägten wiederkehrende, manuell durchgeführte Prozesse den Alltag – wie etwa die Adressselektion und der Versand von Newslettern in mehreren Sprachversionen. Dies sollte nun automatisiert und systemisch erfolgen und so interne Ressourcen schonen sowie die Time-to-Market deutlich verkürzen.



Bessere Zielgruppenansprache

Gleichzeitig sollte die Kommunikation treffsicherer werden: Statt breit zu streuen galt es, zielgenau die richtigen Empfänger mit den passenden Inhalten zu erreichen – abgestimmt auf deren Sprache, Region und thematisches Interesse. Norbert Hänle betonte: „Das, was da ankommt, soll den Nerv treffen. Deswegen ist es wichtig, auf den Kunden und seine Bedürfnisse einzugehen.“ Dafür war nicht nur eine feinere Segmentierung nötig, sondern auch ein System, das diese Inhalte individuell ausspielen kann. Technisch bedeutete das eine enge Verzahnung von CRM-System und Marketing Automation, die es erlaubt, Daten aus beiden Welten zusammenfließen zu lassen und reibungslos in die Kampagnenlogik zu überführen.

DIE UMSETZUNG

Projektstart mit Herausforderungen

Das Projekt begann im Jahr 2022 mit einer Zusammenarbeit zwischen winkler und der [itmX GmbH](#) als Evalanche Technologiepartner, die sich mit der Konsolidierung der Systemlandschaft befasste. [SAP S/4HANA bildete nach der Migration die zentrale Datenquelle, ergänzt durch das CRM-System der itmX GmbH](#) und der Marketing-Automation-Plattform Evalanche. Dabei galt es, zahlreiche technische und semantische Details zu klären – etwa beim Attribut-Mapping, der Selektion von Zielgruppenmerkmalen oder der Frage, was passieren soll, wenn ein Kunde selbstständig seine Daten aktualisiert. Die Datenhoheit verblieb bewusst im SAP-System, während Evalanche gezielt für automatisierte Kampagnensteuerung und individualisierte Ausspielung von Newslettern zuständig wurde.

SCHULUNGSPRÄFERENZEN

ICH INTERESSIERE MICH FÜR SCHULUNGEN IN FOLGENDEN REGIONEN*

Deutschland Nord
 Deutschland Süd
 Deutschland Ost
 Deutschland West
 Österreich
 Schweiz

ICH INTERESSIERE MICH FÜR SCHULUNGEN MIT PIN-BERECHTIGUNG*

ICH INTERESSIERE MICH FÜR RECHTLICH RELEVANTE SCHULUNGEN*

[ABSCHICKEN](#) >

Automatisierter Schulungsnewsletter

Ein komplexes Projekt war der Schulungsnewsletter, denn winkler bietet eine Vielzahl an Weiterbildungen in verschiedenen Regionen und Themenfeldern an. Kunden können – analog zu den Filteroptionen im Websitebereich „Schulungen“ – bereits bei der Anmeldung ihre Themenauswahl, Regionen und Geschäftsfelder angeben. Diese Angaben fließen automatisch ins Evalanche-Profil des Abonnenten, wo sie für die spätere Personalisierung zur Verfügung stehen. Das Template für den Newsletter hat Evalanche so programmiert, dass Inhalte wie Schulungstitel, Beschreibung, Bild, Zielgruppe, Ort und Termine automatisiert aus einer XML-Datei (die den Informationen auf der Website entspricht) gezogen und in die Mailings eingebettet werden. So sieht jeder Empfänger nur die Schulungen, die zu seinem Profil passen. Die Anzahl der Datensätze ist auf zehn begrenzt, sodass die Newsletter auch nicht überfrachtet sind. Zudem ist sichergestellt, dass die Abonnenten nur Informationen zu Schulungen erhalten, die in der Zukunft liegen und in der Nähe stattfinden.

Auch der Versand erfolgt automatisch in festen Intervallen. Die Erstellung und Pflege des Newsletters erfordern heute nach der initialen Einrichtung praktisch keinen manuellen Aufwand mehr. Gleichzeitig ist sichergestellt, dass Kunden stets aktuelle, für sie relevante Schulungsangebote erhalten. Parallel hat itmX mit Evalanche das Standard-Newsletter-Setup für die anderen Newsletter-Formate umgesetzt, inklusive Mehrsprachigkeit.

Alle |

FAHRZEUGELE
BETRIEBSGRÜNDUNG
SERVICES
KATALOGE & ANGEBOTE
SCHULUNGEN
WINKLER WISSEN
ONLINESHOP

> NEWSLETTER > ANMELDEN

FÜR UNSERE NEWSLETTER ANMELDEN

ANSICHT*

VORNAME*

NACHNAME*

EMAIL*

LAND*

GESCHÄFTSFELD*

Nutzfahrzeughalter
 Werkstatt
 Omnibus
 Agrarbetrieb

NEWSLETTER ABONNEMENT*

Branchen- und Techniknews
 Aktionen und Angebote
 Schulungen
 Instandsetzung

ERWILLIGUNG ZU WERBECHECKEN*

Ich bin damit einverstanden, dass mich die winkler Unternehmensgruppe regelmäßig über Veranstaltungen, Produkte, Angebote und Services informiert. Diese Einwilligung kann ich jederzeit mit Wirkung für die Zukunft widerrufen.

[ABSCHICKEN](#) >

Ich habe die [Datenschutzerklärung](#) zur Kenntnis genommen. Ebenso bin ich mir darüber bewusst, dass meine Angaben zur Bearbeitung meiner Anfrage elektronisch erhoben und gespeichert werden und mein Nutzungsverhalten personenbezogen ausgewertet wird. Hinweis: Sie können Ihre Einwilligung jederzeit für die Zukunft per E-Mail an info@winkler.com widerrufen.

WINKLER WISSEN

Ob Produktinformationen, neue Service-Angebote oder aktuelle Trends am Markt – wir versorgen Sie mit den Informationen, die für Sie wirklich wichtig sind. Sie wollen den Newsletter erst einmal kennenlernen? Dann stöbern Sie in unserer umfangreichen Wissensplattform und profitieren Sie von unserem technischen Know How.

ZUM WINKLER WISSEN >

NOCH MEHR ERFAHREN

WIR SIND IN DER NÄHE

An mehr als 40 Standorten in Europa bieten wir Ihnen unser einmaliges Leistungs- und Serviceangebot. Finden Sie hier den richtigen Ansprechpartner auch in Ihrer Nähe!

ZUM STANDORTÜBERSICHT >

KONTAKT

Unsere Fachleute beraten Sie intensiv und mit großer Expertise. Sie haben eine Frage? Sie suchen das richtige Ersatzteil oder Zubehör? Sprechen Sie uns einfach an!

ZUM KONTAKTFORMULAR >

PRESSE

Aktuelle Pressemitteilungen, Fotos in Druckqualität – oder suchen Sie nur den richtigen Ansprechpartner für Ihre Anfrage? Wir helfen Ihnen schnell und unkompliziert weiter.

ZUM PRESSE >

Bereits bei der Anmeldung zum Schulungsnewsletter werden wichtige Daten zur Personalisierung erfragt. (Quelle: winkler)



Der Evalanche E-Mail-Designer

Bereits beim Projektstart verfügte Evalanche über zentrale Funktionen, die winkler für eine skalierbare und personalisierte Kundenkommunikation nutzbar machte, darunter eine modulare Template-Architektur, die es gestattete, Inhalte (z. B. aus XML-Feeds) dynamisch einzubetten – ideal für mehrsprachige Schulungsnewsletter mit personalisierten Inhalten. Individuelle Artikel-Slots pro Empfänger sorgten für eine zielgruppengerechte Darstellung der Inhalte auf Basis von Interessen, Regionen und Profilmertalen. Damit erzielte winkler einen hohen Automatisierungsgrad und zugleich eine inhaltliche Relevanzsteigerung – ohne redaktionellen Mehraufwand. Mit dem neuen [Evalanche E-Mail-Designer](#) steht künftig ein weiteres starkes Werkzeug bereit: Dieses umfasst ein Drag-&-Drop-Interface für die flexible Erstellung von Newslettern – ohne HTML-Kenntnisse. Das AI Content Framework ermöglicht zudem die Generierung und Optimierung von Inhalten auf Knopfdruck. So wächst Evalanche mit den Anforderungen – und öffnet die Tür für noch mehr Kreativität, Personalisierung und Geschwindigkeit im E-Mail-Marketing.



[Einen tieferen Einblick bietet die interaktive Produktdemo.](#)

Vertriebsnahe Prozesse und weitere Automatisierungen

Diese technische Basis legte zugleich den Grundstein für einen kulturellen Wandel: Denn durch das neue CRM-System nahm man auch den Vertrieb stärker in die Verantwortung – etwa bei der Pflege und Aktualisierung von Stammdaten. Damit wurde aus einem reinen Marketingprojekt eine organisationsweite Infrastruktur für datengestützte Kundenansprache – mit vielen Tests, enger Abstimmung und in bemerkenswert kurzer Zeit umgesetzt. Das erlaubt es heute, Maßnahmen wie Adressqualifizierungen oder Aktionsmailings nicht nur automatisiert zu steuern, sondern systemisch zu dokumentieren und in den Vertriebsprozess zu überführen. Das Vorgehen folgt dabei einem klaren Muster: Marketing erstellt die Zielgruppenselektion in Evalanche, stößt den Versand an, wertet die Rückläufe aus. Im CRM werden die versendeten Marketingmaßnahmen pro Kunde abgebildet und stehen dem Vertrieb strukturiert zur Weiterbearbeitung zur Verfügung. Auch das Opt-in- und Opt-out-Management wurde vereinheitlicht und systemisch abgebildet, was die rechtliche Absicherung und die Messbarkeit aller Maßnahmen verbesserte.

DIE ERGEBNISSE

Weniger manuelle Abläufe, mehr Relevanz

winkler hat mit der Einführung von Evalanche – gemeinsam mit Umsetzungspartner itmX – die Grundlage für ein effizienteres, zielgerichteteres Marketing geschaffen. Mit automatisierten Templates und dynamisch integrierten Inhalten spricht winkler seine Zielgruppen präziser an. Jede Aussendung basiert auf verlässlichen Profildaten, wodurch die Relevanz der Inhalte steigt und Empfänger genau die Informationen erhalten, die zu ihren Interessen passen. Gleichzeitig erhöht sich die Geschwindigkeit in der Umsetzung – bei gleichbleibend hoher Qualität. „Dank der Automatisierung unserer Marketingprozesse konnten wir nicht nur unsere Effizienz deutlich steigern, sondern auch die Kundenansprache präziser und individueller gestalten“, resümiert Norbert Hänle.

Automatisierung = reibungslose Prozesse

Hinzu kommt, dass Marketing und Vertrieb heute enger zusammenarbeiten: Rückmeldungen aus Kampagnen fließen direkt ins itmX crm und stehen dem Vertrieb dort für die weitere Qualifikation zur Verfügung. Die abteilungsübergreifende Transparenz sorgt für mehr Schlagkraft in der Kundenkommunikation. Auch bei zunehmender Komplexität bleibt die Lösung skalierbar – für weitere Sprachen, mehrere Länder oder unterschiedliche Newsletter-Formate. Evalanche bildet alles auf einer zentralen Plattform ab. In Zukunft plant winkler, die Segmentierung und Personalisierung weiter zu verfeinern – mit dem Ziel, noch gezielter auf individuelle Kundenbedürfnisse einzugehen und passgenaue Inhalte bereitzustellen.



Vorteile für winkler im Überblick

- » Deutlich geringerer Aufwand durch Automatisierung
- » Freie Kapazitäten im Marketing Team
- » Höhere Relevanz und bessere Kundenansprache
- » Mehrsprachiges, flexibles Template
- » Reibungslose Prozesse durch verknüpfte Systeme
- » Verbesserte Zusammenarbeit zwischen Marketing und Vertrieb
- » Zukunftssichere Lösung

DAS FAZIT

Mut statt Perfektion: So gelingt der Start in Marketing Automation

Mit dem Projekt hat winkler gezeigt, wie sich Marketing Automation nicht nur technologisch, sondern auch organisatorisch erfolgreich etablieren lässt – wenn man die richtigen Fragen stellt und alle Beteiligten konsequent einbindet. Für Unternehmen, die sich auf den Weg machen wollen, hat Norbert Hänle einige Empfehlungen: „Auf jeden Fall die Prozesse im Unternehmen sauber durchdenken, sich klar sein: Wo wollen wir hin? Was brauchen wir? Was ist uns wichtig? Dann alle Beteiligten von Anfang an mitnehmen, die Schnittstellen betrachten. Und vielleicht auch mit einer 80-Prozent-Lösung an den Start gehen und dann schauen, wo sich noch etwas verbessern lässt.“ winkler beweist damit, dass es nicht auf perfekte Voraussetzungen ankommt – sondern auf den Mut, mit einer tragfähigen Lösung zu starten, diese kontinuierlich weiterzuentwickeln und technische wie organisatorische Hebel konsequent zusammenzuführen.