



Anwender-Reportagen: PIMsuite von Lobster

Zentrale, mehrsprachige Verwaltung aller Produktdaten

**Effizientes Produktinformations-Management für Europas
führenden Versandhändler von Künstlerbedarf als Voraussetzung
für Multichannel-Marketing.**



Die Ausgangslage:

In der Vergangenheit waren bei GERSTAECKER das ERP-System, die Printproduktion und die Webshops systemtechnisch voneinander getrennt. Die Shops verfügten über ein eigenes Backoffice, in dem die Produktdaten verwaltet und gepflegt wurden. Aktualisierte Preise wurden aus dem ERP-System exportiert und in jeden Shop importiert. Die Pflege der Produktdaten erfolgte manuell und war somit zeitaufwändig und teilweise fehlerträchtig.

Die Planung und Produktion der Print-Werbemittel erfolgte, indem die Marketing-Abteilung die Seiten der Kataloge manuell aus bestehenden Produktblöcken und Scribbles für neue Produkte zusammenstellte und dieses „Klebelayout“ an eine Grafikagentur übergab. Diese gestaltete die entsprechenden Werbemittel. Die Zusammenstellung der benötigten Inhalte (Abbildungen, Grafiken, Texte, Logos, etc.) und vor allem der Korrekturprozess waren äußerst zeitaufwändig.

Produkttexte und -abbildungen für Print und Web wurden separat voneinander gepflegt: die Print-Texte in Layout-Dateien, die Webtexte im Shop-Backoffice. Abstimmungen erfolgten „auf Zuruf“, Irrtümer waren nicht auszuschließen. Die Ablage und Pflege von Bildmaterial erfolgte ohne automatischen Abgleich auf verschiedenen Bildservern in Deutschland und Frankreich.

Aus all diesen Gründen beschloss GERSTAECKER 2008, die Prozesse zu optimieren. Wichtige Anforderung war, dass das zentrale ERP und die Verwaltung aller Produktinformationen in Eitorf (D) angesiedelt sein sollten. Die Mitarbeiter der französischen und englischen Niederlassungen sollten in Zukunft auf diese zentralen Daten zugreifen. Darüber hinaus war die Umstellung der Gerstaecker-Websites für D-A-CH, F und GB sowie der Aufbau zielgruppenspezifischer Websites für D und F geplant.

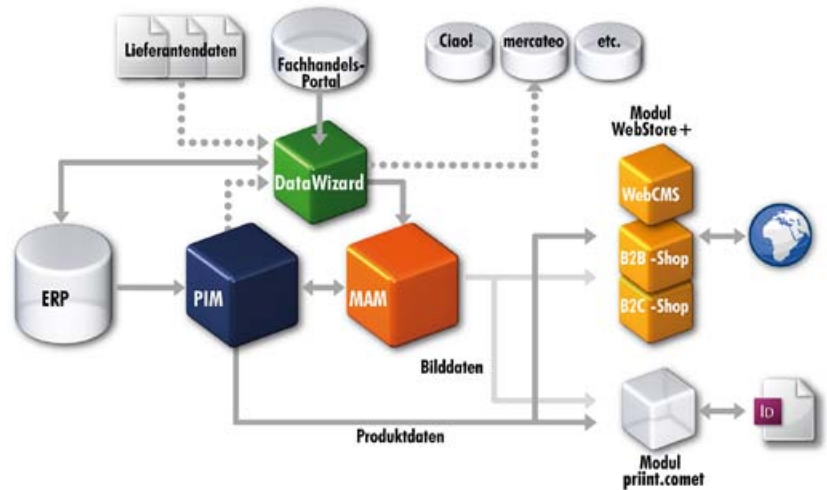
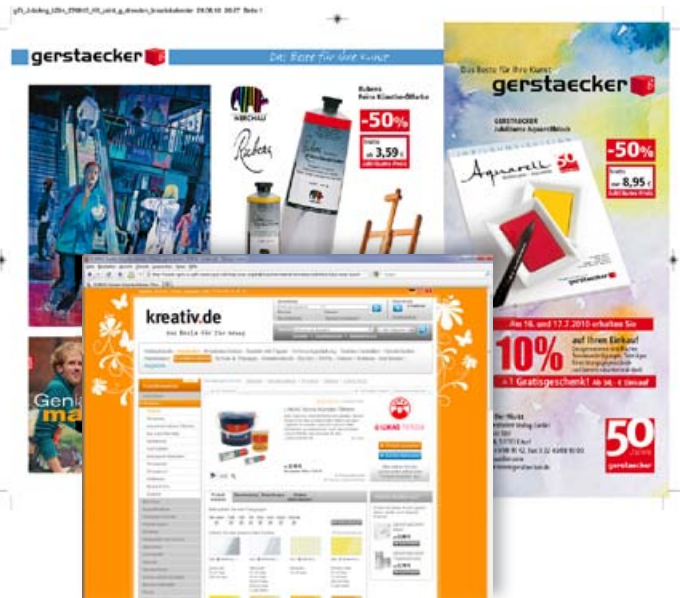
Ziel der Umstrukturierung:

- » Aufbau eines effizienten, übersichtlichen Systems zur zentralen, mehrsprachigen Verwaltung aller Marketing-Produktdaten mit automatischem Abgleich zum bestehenden Warenwirtschaftssystem Navision
- » Zentrale Steuerung der Werbemittelproduktion
- » Gemeinsame Nutzung der Kampagnen-Daten in Web und Print
- » Automatischer Datenabgleich mit Lieferanten und Handelsplattformen
- » Wartung und Erweiterung des Systems durch die eigene IT-Abteilung

Die Anforderungen:

Zentrale, mehrsprachige Verwaltung aller Marketing-Produktdaten durch Einführung eines Produktinformations-Managements – kurz PIM:

- » Zentrale Pflege der Produktdaten (für alle Sprachen und Ausgabekanäle) mit der Möglichkeit des gegenseitigen Abgleichs.
- » Zentrale Zusammenstellung aller Werbemittel. Webshops und Print-Werbemittel werden dabei datentechnisch gleich behandelt, d.h. EINE Aktion ist ausreichend, um den Webshop und die Produktion des entsprechenden Print-Werbemittels zu bedienen.
- » Werbemittel-Rumpfdaten werden in der Warenwirtschaft angelegt und automatisch ins PIM übernommen. Die im PIM zusammengestellten Aktions-Produktdaten werden ihrerseits automatisch an die Warenwirtschaft zurückgegeben.
- » PIM ersetzt weitestgehend das Webshop-Backoffice. Nicht nur in Bezug auf die eigentlichen Produktdaten, sondern auch zur Verwaltung von Kampagnen-Daten.



- » Alle Mediendaten (Abbildungen, Datenblätter, Texte, Videos, etc.) stehen zentral zur Verfügung. Ziel dabei ist, nur noch eine „Master“-Abbildung vorzuhalten, aus der alle medienspezifischen Formate automatisch abgeleitet werden. Alle Niederlassungen greifen zentral auf diese Daten zu und müssen keinen lokalen Datenpool mehr pflegen.
- » Über den Lobster DataWizard, der von der eigenen IT-Abteilung konfiguriert werden kann, lassen sich beliebige Daten in das PIM übernehmen sowie an andere IT-Systeme übergeben. Hier geht es z. B. um die Übernahme von Lieferantendaten und aus Handelsplattformen sowie um die Übergabe von Daten an Handels- und Preisvergleichsplattformen. Da dies auch in anderen europäischen Ländern erfolgen soll, ist eine standardmäßige Anbindung an gängige Plattformen (z. B. mercateo oder Ciao!) nicht ausreichend. Eine flexible Lösung war gefordert.

Die Umsetzung mit PIMsuite von Lobster

Zur Realisierung dieses umfassenden Projekts testete GERSTAECKER die Produktinformations-Management-Lösungen verschiedener Anbieter und entschied sich im Frühjahr 2009 für die PIMsuite der Lobster GmbH. Gründe hierfür waren die Erfüllung aller wesentlichen Anforderungen zu einem äußerst günstigen Preis. Zudem war eine Einbindung der vorgeschlagenen Lösung in die vorhandene IT-Systemlandschaft möglich.

„Wir haben keinen anderen Anbieter am Markt gefunden, der unsere komplexen Anforderungen so vollständig und dabei relativ kostengünstig umsetzen konnte“, kommentiert Susan Göttsche, Projektleiterin und IT-Entwicklungsleiterin bei GERSTAECKER. „Ausschlaggebend für uns war vor allem auch der sichere Umgang der Lobster GmbH mit verschiedensten Datenströmen – auch über die Grenzen unseres Unternehmens hinweg.“

Der Nutzen:

- » Übersichtlichkeit und Transparenz bei der Datenpflege, da sämtliche Informationen in einem einzigen System verwaltet werden
- » Größere Effizienz durch drastische Reduzierung des Aufwands für Abstimmung, Datenabgleich und Korrekturen
- » Konsistente Datenhaltung durch Umstellung auf ein zentrales System und automatische Abgleichprozesse
- » Zeit- und Kostenreduktion bei der Vorbereitung von Werbemitteln: Die Grafikagentur nimmt nur noch eine Anpassung und Reinzeichnung der Groblayouts vor, die die Marketing-Abteilung von GERSTAECKER als InDesign-Dateien liefert. Aufwändige Korrekturphasen entfallen dank automatischer Aktualisierung der Inhalte
- » Nutzung der frei werdenden Ressourcen für neue Aufgaben
- » Erweiterung des Funktionsumfangs der Webshops bei gleichzeitiger Vereinfachung der Pflege



Johannes Gerstaecker Verlags GmbH

1953 als Hersteller für pädagogische Kunstspiele gegründet, entwickelte sich die Johannes GERSTAECKER Verlags GmbH bis heute zu Europas führendem Versandhändler für Künstlerbedarf. In seinem ultramodernen Logistikzentrum in Eitorf wickelt GERSTAECKER monatlich ca. 55.000 Pakete ab, die europaweit an mehr als 500.000 Kunden verschickt werden. 37.000 Artikel sind hier ständig auf Lager. Die Auswahl der Produkte nehmen die Kunden über Webshops, den 1400 Seiten starken Hauptkatalog sowie verschiedene Aktionskataloge vor oder besuchen einen der zwölf GERSTAECKER-Künstlerfachmärkte in Europa.

Lobster GmbH

Die Lobster GmbH bietet Standard-Software und Projektlösungen. Das Unternehmen setzt dabei einen Schwerpunkt in der Logistikbranche, beliefert aber auch namhafte Kunden aus den Bereichen Handel, Industrie und Energie. Das Unternehmen ist seit zehn Jahren am Markt und beschäftigt an den Standorten Duisburg, Hamburg und dem Stammsitz Tutzing im Süden von München rund 40 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Mehr als 200 Kunden setzen bereits die Lobster-Produkte ein, zu denen der **DataWizard** und die **PIMsuite** gehören.

Lobster GmbH

Hauptstraße 67
D-82327 Tutzing

Fon: +49 8158 90766-0
Fax: +49 8158 90766-99

information@lobster.de | www.lobster.de

Der **DataWizard** ist ein universelles Datenkonvertierungs-Tool. Er ermöglicht den Austausch von Geschäftsdaten zwischen verschiedenen Systemen mit unterschiedlichsten Formaten und Übertragungsprotokollen.

Die **Lobster PIMsuite** besteht aus folgenden Modulen:

- » **Produktinformations-Management (PIM):** konsistente Datenhaltung und Bereitstellung aller Produktinformationen medienneutral und in mehreren Sprachen. Eine Reihe von Funktionen (Übersetzungsmanagement, Workflow-Steuerung, flexibel konfigurierbare Suche, Massenpflege u.v.m.) unterstützen Produktmanager und Marketing bei der Redaktion der Informationen und der Zusammenstellung von Werbeträgern.
- » **Media Asset Management (MAM):** Verwaltung aller Mediendaten inkl. Importvalidierung und Verschlagwortung, automatische Zuordnung zu den entsprechenden Produkten. Produktmanager können direkt aus dem PIM auf die Mediendaten zugreifen und diese in Werbeträgern einsetzen. Aus einer Stammdatei (ECI-RGB) werden automatisch die unterschiedlichen benötigten Ausgabeformate (z. B. RGB-JPEG und CMYK-EPS/TIFF) in den korrekten Auflösungen erzeugt.
- » Der **WebStore+** vereint Shop-Funktionen mit einem Web-CMS und deckt alle Anforderungen an eine E-Commerce-Plattform und ein Unternehmensportal ab. Aus der PIMsuite werden automatisch Produktdaten, Sortimente und Navigationsstrukturen übernommen. Kampagnen, Rabatt- und Bonusaktionen lassen sich flexibel bereits im PIM konfigurieren, so dass das Shop-Backoffice weitgehend nur noch zur Verwaltung der redaktionellen Inhalte der Website dient.
- » **priint.comet / Adobe InDesign.** Daten für Kataloge, Broschüren, Aktionsflyer etc. stehen direkt im Layoutprogramm zur Verfügung. Über Drag&Drop werden Layout-Templates in die Seite gezogen und automatisch mit aktuellen Daten aus dem PIM gefüllt. So lassen sich auch Seiten mit hohem Gestaltungsaufwand schnell und einfach aufbauen. Das langwierige Sammeln und Zusammenstellen von Informationen entfällt.