

Ein System für alle Medien

Webshop, Webseite und Kataloge auf dem aktuellsten Stand

Im Bereich des Funktionsmodellbaus hat das mittelständische Unternehmen Graupner einen bedeutenden Ruf. Flugzeuge, Schiffe, Autos – vom Einsteiger bis hin zum Profimodell wird ein sehr breitgefächertes Sortiment angeboten. Für die Katalogproduktion wurde daher, ebenso wie für den Webshop und die Webseite, im letzten Jahr in die PIM-Lösung LayoutBox von Kraft.Allmedia investiert. Dazu Stefan Neureither im Interview.

Eine wichtige Anforderung war, dass das System bereits mit den Artikeldaten befüllt zur Verfügung gestellt wird.

prokomREPORT: Wodurch sind Sie das erste Mal auf das Thema PIM aufmerksam geworden?

Stefan Neureither:

Bislang wurden die Produktinformationen eher chaotisch als Word-Dateien auf den Servern abgelegt. Als es deshalb immer öfter zu Versionsproblemen kam, machten wir uns auf die Suche nach einem Datenbanksystem, um unsere Artikeldaten medienneutral abzulegen. So sind wir schließlich auf das Thema PIM gestoßen.

prokomREPORT: Welche Anforderungen standen bei der Suche nach einem System zunächst im Vordergrund?

Stefan Neureither:

Auf jeden Fall sollte das System internettauglich und keine interne Lösung sein. Vor allem für die Übersetzungsprozesse ist es nützlich, wenn über das Internet auf das System zugegriffen werden kann. Darüber hinaus sollten auch Schnittstellen zu InDesign und zu einem vernünftigen Bildarchivierungspro-

gramm vorhanden sein. Dann war uns sehr wichtig, dass der PIM-Anbieter das System bereits mit den Artikeldaten befüllt zur Verfügung stellt.

prokomREPORT:

Nach diesen Kriterien konnten Sie die Vielzahl der Anbieter eingrenzen?

Stefan Neureither:

Mit diesen Punkten, die uns wichtig waren, blieben nicht mehr sehr viele Anbieter übrig. Für die Auswahl haben wir uns dann trotzdem Zeit gelassen. Denn bei unserer Vielzahl von Artikeln wäre eine Fehlentscheidung schnell teuer geworden. Knapp zwei Jahre haben wir gesucht und uns schlussendlich für Kraft.Allmedia entschieden.

prokomREPORT:

Können Sie kurz etwas zur Zeitleiste bei der Umsetzung sagen?

Stefan Neureither:

Wir haben uns im April 2009 dazu entschieden, die Kraft.Allmedia mit

dem System zu beauftragen, unter der Vorgabe, dass das System im Oktober lauffähig sein musste. Wir wollten im November für die Spielwarenmesse in Nürnberg unseren jährlich erscheinenden Neuheiten-Katalog bereits systemgestützt produzieren. Das hat übrigens sehr gut funktioniert. Wir konnten pünktlich mit der Produktion beginnen.

prokomREPORT:

Was waren die größten Hemmnisse bei der Umsetzung?

Stefan Neureither:

Wir hatten eine sehr gute Voranalyse, da wir uns dafür ebenfalls viel Zeit genommen haben. Auch das Pflichtenheft war sehr ordentlich ausgearbeitet. So erlebten wir fast keine Überraschungen mehr. Die größte Herausforderung lag eigentlich darin, das System zu befüllen. Dazu musste Kraft.Allmedia in einer sehr aufwändigen Prozedur unseren über tausendseitigen Hauptkatalog einpflegen. Das war einfach die aktuellste Variante unserer Produktinformationen.

prokomREPORT:

Konnte das Projekt innerhalb des geplanten Kostenrahmens umgesetzt werden?

Stefan Neureither:

Wir haben bereits bei der Suche nach einem geeigneten PIM-System auf ein Festpreisangebot für das gesamte Projekt geachtet. So gab es eigentlich nie ein Problem.

prokomREPORT:

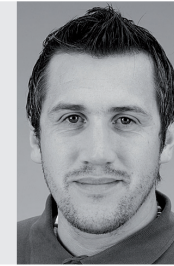
Wie war die Akzeptanz der Mitarbeiter vor und während des Projekts und wie ist sie heute?

Stefan Neureither:

Hauptsächlich arbeiten die Produktmanager mit dem PIM-System. Diese wurden erst nach der Fertigstellung mit dem Thema konfron-

Stefan Neureither

Werbung und
Kommunikation
Graupner GmbH
& Co. KG



tiert. Vielleicht war deshalb die Akzeptanz am Anfang nicht sehr groß. Seit sie aber täglich damit arbeiten und nur Vorteile daraus ziehen, wurde es ganz schnell zu ihrem Lieblingssystem. Jetzt ist es aus ihrer Sicht wahrscheinlich schon unvorstellbar, früher anders gearbeitet zu haben.

Gerade für die Produktmanager besteht der große Vorteil darin, dass neue Artikel nur in einem einzigen System und nur einmal angelegt werden müssen. Die Informationen werden dann automatisch auch an den Webshop, an die Webseite und an die Katalogproduktion übertragen. Auch wenn Änderungen anstehen, ist das kein Problem. Es kommt bei uns beispielsweise sehr häufig vor, dass es technische Verbesserungen gibt. Die werden schon am nächsten Tag in allen Medien – mit Ausnahme des Katalogs – publiziert.

prokomREPORT:

Konnten die geplanten Einsparungen erreicht werden?

Stefan Neureither:

Im Prinzip hat sich das gesamte System schon nach der ersten Katalogproduktion im Oktober amortisiert. Früher war es so, dass wir Kataloge komplett außer Haus von einer Agentur produzieren ließen.

Nun konnten wir die Produktion ohne weiteren Personalaufwand intern umsetzen. Das heißt, wir konnten den Effizienzvorteil bereits bei der Produktion des Neuheitenkatalogs im Herbst letzten Jahres voll ausnutzen. Beim tausendseitigen Hauptkatalog wird die In-house-Produktion sehr hohe Repräsentation und Agenturkosten einsparen. Zudem sparen wir einen kompletten Mitarbeiter für die Pflege des Webshops. Dieser wird nun für andere Projektarbeiten eingesetzt.

prokomREPORT:

Inwieweit hat die PIM-Lösung den Arbeitsalltag verändert?

Stefan Neureither:

Die Mitarbeiter speicherten ihre Arbeiten früher in separaten Worddateien. Jetzt schreiben sie alles direkt in die Datenbank. Der Arbeitsalltag hat sich insofern eigentlich kaum verändert. Aber es geht alles ein bisschen schneller und es ist deutlich übersichtlicher.

prokomREPORT:

Welche PIM-Funktionalitäten sind für Sie besonders wichtig?

Stefan Neureither:

Zum einen die Schnittstelle zum Media Asset Management. Wir erstellen im Jahr ca. 10.000 Fotos. Diese werden aus unserem digitalen Fotostudio direkt in die Mediendatenbank gespielt, die mit dem PIM-System verbunden ist.

Zum anderen werden auch die Preislisten über das System generiert. In der Katalogproduktion gibt es dafür eine Preislistendatei aus unserem ERP-System. Diese wird über das PIM-System vollautomatisch layoutet und als PDF-Datei heraus-

gegeben, die wir intern in unserer digitalen Druckerei drucken können.

Besonders wichtig sind uns jedoch vor allem die E-Procurement-Schnittstellen zu Amazon und Conrad Electronic. Einmal pro Woche werden unsere kompletten Artikeldaten sowie die dazu gehörenden Bilder zunächst an die Anforderungen der Shops angepasst und anschließend vom System übertragen. So werden zum Beispiel für Amazon und Conrad die Bildnamen umgeschrieben und die Artikeltexte anders aufbereitet. Ebenso werden unsere eigener Webshop und unsere Webseite über diese E-Procurement-Schnittstelle versorgt.

prokomREPORT:

Wo sehen Sie da die Vorteile im Hinblick auf die neuen Medien?

Stefan Neureither:

Die Zeitränge aktueller Produkte wird immer kürzer. Wir sind durch das PIM-System in der Lage, schnell am Markt zu reagieren.

prokomREPORT:

Hilft Ihnen das System auch beim Ausbau Ihrer internationalen Bemühungen?

Stefan Neureither:

Unser Shop und die Webseite stehen zurzeit in drei Sprachen – Deutsch, Englisch und Französisch – zur Verfügung. Sobald die Übersetzer eine Nachricht vom Produktmanager bekommen, dass ein Artikel freigegeben ist, wird direkt im PIM-System übersetzt und am nächsten Tag sofort über die Schnittstellen publiziert. Das geht sehr viel schneller und effizienter. So haben wir stets die Übersicht, was bereits übersetzt wurde und was noch aussteht.

prokomREPORT:

Was wollen Sie in Zukunft noch mit dieser Lösung realisieren?

Stefan Neureither:

Eventuell werden wir für die kleinen Fachhändler, die im Grunde alle ähnliche Warenwirtschaftssysteme verwenden, eine Schnittstelle entwickeln. Das ist aber noch Zukunftsmusik.

Das Interview führte

Anja Schlimbach
freie Autorin

Artikeldaten und Bilder für externe Webshops werden angepasst und dann vom System übertragen.

In Zukunft wird es vielleicht eine Schnittstelle für die kleinen Fachhändler geben.



Da lacht das Technik-Herz! Wettbewerbs-Buggy Flash 3,0 Race.



Auch Ästhetik-Puristen kommen im Graupnersortiment auf ihre Kosten.