



Lobster

Gerstaecker 
Das Beste für Ihre Kunst

ZENTRALE, MEHRSPRACHIGE PRODUKTDATENVERWALTUNG MIT LOBSTER_PIM

Die Johannes GERSTAECKER Verlags GmbH ist Europas führender Versandhändler für Künstlerbedarf. Die mehrsprachigen Online-Shops und Künstlerfachmärkte in ganz Europa erwirtschaften 55.000 Aussendungen pro Monat. Damit verwaltet das Unternehmen gigantische Datenmengen – von Produktdaten über marketingrelevante Kampagneninformationen, Daten aus Warenwirtschafts- und CRM-Systemen bis zu Lieferanten- und Händlerinformationen.

Diese komplexen, länder- und medienübergreifenden Prozesse des Produktinformations-Managements (PIM) optimiert bei GERSTAECKER die Software Lobster_pim. Sie sorgt dafür, dass sämtliche Daten stets brandaktuell und fehlerfrei in allen Sprachen verfügbar sind.

In der Vergangenheit waren das ERP-System, die Printproduktion und die Webshops bei GERSTAECKER 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 fehleranfällig.

Die Marketing-Abteilung übergab „Klebelayouts“ zur Gestaltung und Produktion der Print-Werbemittel an eine Grafikagentur, welche manuell aus bestehenden Produktblöcken und Scribbles für die neuen Produkte zusammengesucht wurden. Die Zusammenstellung der benötigten Inhalte (Abbildungen, Grafiken, Texte, Logos etc.) und der Korrekturprozess nahmen viel Zeit in Anspruch.

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. Bildmaterial wurde ohne automatischen Abgleich auf diversen Bildservern in Deutschland und Frankreich abgelegt und gepflegt.

Bei der Umstellung auf ein professionelles PIM-System war eine wesentliche Forderung von GERSTAECKER, dass das zentrale ERP und die Verwaltung aller Produktinformationen am Firmensitz in Eitorf (D) angesiedelt sein sollten. Die Mitarbeiter der französischen und englischen Niederlassungen sollten in Zukunft auf diese zentralen Daten zugreifen. Darüber hinaus waren die Umstellung der Websites für D-A-CH, Frankreich und Großbritannien sowie der Aufbau zielgruppenspezifischer Websites für Deutschland und Frankreich 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 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.
- Konfigurierbarkeit durch die eigene IT- Abteilung.

Die Umsetzung mit Lobster_pim

Zur Realisierung dieses umfassenden Projekts testete GERSTAECKER die Produktinformations-Management-Lösungen verschiedener Anbieter und entschied sich für Lobster_pim – die integrierte PIM-Lösung der Lobster GmbH. Gründe hierfür waren die Erfüllung aller Anforderungen zu einem angemessenen 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 Götsche, Projektleiterin und IT-Entwicklungsleiterin bei GERSTAECKER. „Ausschlaggebend bei der Entscheidung für Lobster_pim war auch der sichere Umgang der Lobster GmbH mit verschiedensten Datenströmen – selbst über die Grenzen unseres Unternehmens hinweg.“

Diese Sicherheit gewährleistet Lobster_data, die Basis für Lobster_pim. Über die Datenmanagement-Software 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 – auch in andere europäische Länder.

Der Nutzen

Mit Lobster_pim verfügt GERSTAECKER nun über ein einziges, zentrales System, in dem sämtliche Informationen verwaltet werden. Das bringt Übersichtlichkeit und Transparenz bei der Datenpflege und gewährleistet die konsistente Datenhaltung. Zudem profitiert man von der drastischen Reduzierung des Aufwands für Abstimmung, Datenabgleich und Korrekturen. Das zeigt sich auch 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. Die frei gewordenen Ressourcen stehen dem Unternehmen für neue Aufgaben zur Verfügung und der Funktionsumfang der Webshops konnte erweitert werden – bei gleichzeitiger Vereinfachung der Pflege.