

# SSI Schäfer-Shop führt datenbankgestützte Werbemittelproduktion ein

Nicht erst seit heute weiß der erfahrene Marketer, dass es auf den richtigen Medienmix in der Kundenansprache ankommt. Katalog und Mailings in der Anstoßkette sind dabei nach wie vor wichtige Medien und werden diese Stellung wohl auch noch einige Jahre behalten. Vor diesem Hintergrund hat SSI Schäfer seine Werbemittelproduktion auf ein neues datenbankgestütztes System umgestellt.

SSI Schäfer weiß was Werbemittelproduktion bedeutet, schließlich ist das Unternehmen aus Betzdorf im Westerwald seit Jahrzehnten erfolgreich im B2B-Versandhandel unterwegs und „Der große Gelbe“ ist für viele Unternehmen das Nachschlagewerk, wenn es um Betriebsausrüstung, Büromaterial und Möbel geht. Aber nicht nur der Hauptkatalog sondern auch die Themenkataloge und Mailings tragen erheblich zur Anstoßkette bei. Insgesamt ergeben sich mehrere zehntausend Seiten, die Jahr für Jahr produziert und veröffentlicht werden.

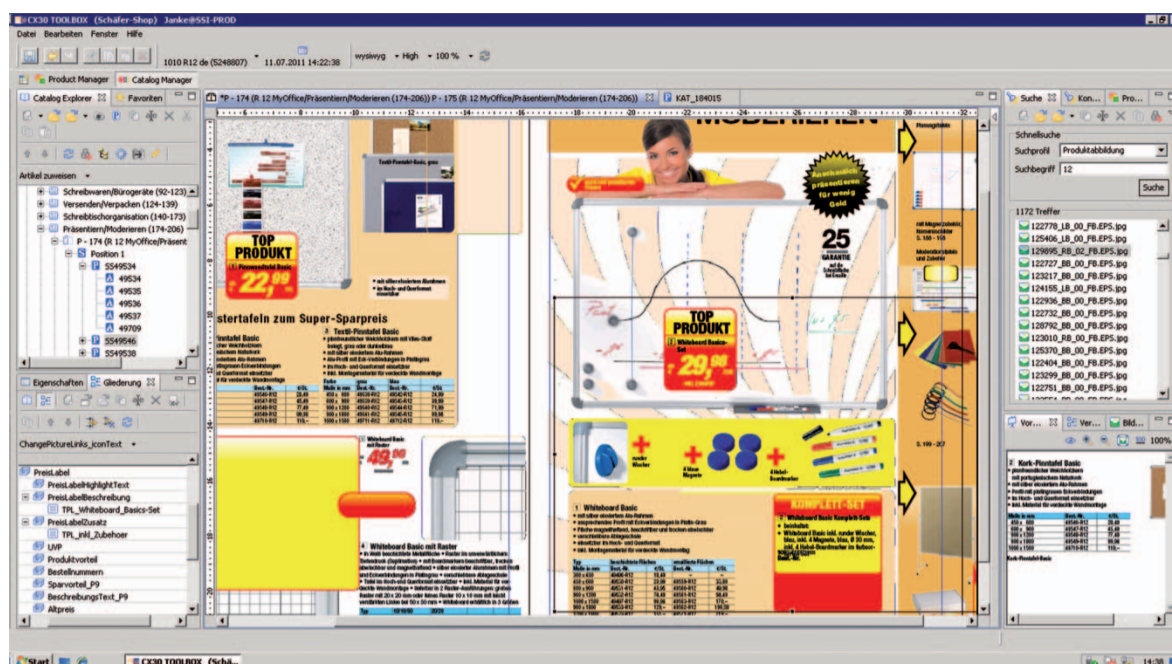
Mit dem bisherigen Workflow konnte die Erstellung der Printmedien durchaus effizient mit der eigenen Grafikabteilung hergestellt werden. Mit den steigenden Anforderungen an die Differenzierung der Kommunikation und der damit einhergehenden Erhöhung des Seitenvolumens stieß man allerdings an die Grenze des eingesetzten Verfahrens. Ein zusätzliches Manko bestand in der fehlenden Digitalisierung des Vorgabenmanagements, was in der Produktion zu einem Medienbruch führt.

Vor diesem Hintergrund hat man sich bei SSI Schäfer entschieden, durch ein neues System diese Lücken zu schließen und die Erstellung der Printwerbemittel auf ein anderes, datenbankgestütztes System umzustellen.

## Welches System ist das Richtige?

Mit dieser Entscheidung stand SSI Schäfer nun vor dem Problem der Systemauswahl, eine Eigenentwicklung in diesem Bereich schied wegen der Komplexität der Anforderungen aus. Die Anforderungen an das System sind erheblich, denn schließlich soll das PIM-System als Grundlage aller Produktinformationen erhalten bleiben. Gleichzeitig ist das Mengengerüst mit vielen zehntausend Artikeln und den daraus entstehenden Werbemitteln so umfangreich, dass die Anbindung eines datenbankgestützten Produktionssystems auch technisch eine große Herausforderung ist.

Nach umfangreicher Marktrecherche und einem Pilotprojekt für die Anbindung an das PIM-System hat man sich bei SSI Schäfer für den CX30 KatalogDesigner von MPDigital aus Bochum entschieden. „Entscheidend war für uns die Flexibilität sowohl der Software als auch des Anbieters. MPDigital hat es in



wenigen Tagen geschafft, Daten aus unserem PIM-System in ihr CX30 zu integrieren.“ so Elmar Marzluf, Bereichsleiter Marketing/Werbung bei SSI Schäfer.

MPDigital ist als Anbieter zwar nicht so bekannt wie andere Hersteller vergleichbarer Systeme aber nicht minder erfahren. Seit inzwischen 15 Jahren entwickelt man in Bochum Lösungen für datenbankgestütztes Publizieren und kann aus einem reichen Erfahrungsschatz sowohl in der Entwicklung von Datenbanksystemen als auch von Erweiterungen für DTP-Programme wie Adobe® InDesign®, QuarkXPress® und Adobe® Photoshop® schöpfen.

## Perfekte Integration bestehender Systeme

Integration ist das Zauberwort, denn anders als Wettbewerbsprodukte kann CX30 Daten aus Fremdsystemen integrieren. Es sind keine Abgleichprozesse, Ex- und Importe oder ähnliches notwendig. Es gibt keine redundanten Daten.

Der vorkonfigurierte CX30 KatalogDesigner bietet eine Vielzahl von Funktionen, mit denen sehr schnell die Standardfunktionalität erstellt werden kann. Die Individualisierung der Systeme erfolgt dann über Konfiguration. Erst wenn diese Möglichkeiten ausgeschöpft sind, kann durch Customizing eventuell noch fehlende Funktionalität eingebracht werden.

Alle bewährten Prozesse wie z.B. die Verbindung zum ERP-System SAP für Preis- und Abwicklungsinformationen konnten genutzt werden. Diese Informationen werden on-the-fly in die Werbemittel eingesetzt und bilden automatisch grafische Elemente wie Preislabels und Abwicklungslogos. Die grafische Gestaltung wird dabei vom Werbeträger gesteuert, sodass die unterschiedlichen Kataloge ihre individuelle Gestaltung erhalten.

Im bisherigen Werbemittelerstellungsprozess geschieht das Erstellen der Vorgaben „offline“. Das Produktmanagement stellt ein

neues Werbemittel manuell zusammen und übergibt das Manuskript an die Grafik. Zukünftig werden alle grafischen Informationen in der Datenbank gespeichert. Der Produktmanager kann aus der Datenbank mit dem Whiteboard-Editor ohne Grafikprogramm neue Katalogstecken zusammenstellen, genau wie er es früher mit Papier, Kopierer und Klebestift gemacht hat.

## Werbemittelproduktion ohne Medienbruch

Anders als bei der analogen Vorlagenerstellung hat er in CX30 zusätzlich alle kaufmännischen Informationen aus dem Datawarehouse, die er zur Beurteilung eines Artikels benötigt. Nach der Erstellung der Vorgaben arbeitet der Grafiker an den vom Produktmanager erstellten Seiten und muss sich nicht um inhaltliche Details kümmern, die werden vom System geliefert. Er kann sich allein auf die grafische Gestaltung in seinem DTP-Programm konzentrieren.

Durch die getrennte Speicherung von Inhalten und grafischen Informationen sind die Informationen auf den Seiten immer aktuell. Es werden keine DTP-Dateien verwaltet, es müssen keine Layouts aktualisiert werden, die Daten werden immer erst zum Zeitpunkt der Verarbeitung der Seiten mit den Inhalten zusammengebracht und sind so immer aktuell. Das spart eine Menge Speicherplatz und erlaubt Aktualisierungen bis zur letzten Minute.

## Nach dem Katalog ist vor dem Katalog

Eine große Herausforderung ist die Einführung des Systems und die Ablösung des bisherigen Workflows. Bei dem zu leistenden Produktionsvolumen ist ein „Big Bang“, also die Einführung zu einem definierten Zeitpunkt nicht oder nur mit einem hohen Risiko möglich.

Neben einem funktionierenden System muss man auch die Daten entsprechend auf-

bereitet haben, um mit der Produktion beginnen zu können. Bei SSI Schäfer hat man daher einen anderen Weg gewählt. Die Einführung des Systems erfolgt schrittweise parallel zur normalen Werbemittelproduktion. Warenbereich für Warenbereich werden die Informationen in das System übernommen. „Bei der Befüllung der Datenbank konnten wir auf die Task-Force von MPDigital zurückgreifen, die uns nach wie vor tatkräftig unterstützt und uns ihr langjähriges Know-How zur Verfügung stellt. Die datenbankgestützte Produktion erfordert schon eine Umstellung in der Arbeitsweise, das „Pfuschen“ ist nicht mehr so einfach möglich wie bei einer manuellen Produktion“, sagt Elmar Marzluf.

## Effizienz und Wirtschaftlichkeit

Die Steigerung der Effizienz und Wirtschaftlichkeit durch die datenbankgestützte Werbemittelproduktion hat sich schon bei den Pilotproduktionen gezeigt. Einen besonderen Schub erfährt dabei die Integration der Auslandsproduktionen. So können jetzt gemeinsam produzierte Kataloge erheblich schneller und kostengünstiger produziert werden.

Ermöglicht wird dies durch zahlreiche Funktionen von CX30. Da ist zum einen das workflowgesteuerte Übersetzungsmanagement, bei dem nur die Texte neu übersetzt werden, die sich geändert haben. Zum anderen wird das Layout für alle Sprachvarianten nur einmal erstellt. Dafür gibt es automatische Anpassungen im Layout, wenn der fremdsprachige Text nicht die gleiche Lauflänge wie der deutsche Text hat.

Die Ausgabe der Print-PDFs erfolgt auf Knopfdruck. Es wird in einem Arbeitsschritt sowohl die Bildform als auch die erforderlichen Wechselformen für den Farbwechsel im Fortdruck erzeugt.

## Raum für Erweiterungen

Die Einführung hat bei sämtlichen Beteiligten ein hohes Maß an Engagement auf allen Seiten erfordert, nur so konnte das Ergebnis in kurzer Zeit erreicht werden. Im Projekt sind dann naturgemäß viele Ideen für die weitere Optimierungen entstanden. Diese gilt es nun umzusetzen und damit die Werbemittelproduktion weiter zu optimieren und neue Möglichkeiten in der Kommunikation zu unterstützen.

Jochen Janke, MPDigital GmbH,  
<http://www.CX30KatalogDesigner.de>  
MOW Halle 2 Stand 228

# CX30 Werbemittelherstellung reloaded

Mit dem CX30 KatalogDesigner Werbemittel effizient und kostengünstig produzieren:

- Alle Beteiligten im gemeinsamen Workflow integriert
- Anwenderfreundliche Erstellung von Publikationen
- Reibungslose Zusammenarbeit zwischen Produktmanagement und Grafik
- Nahtlose Einbindung in bestehende Systeme
- Uneingeschränkte Mehrsprachigkeit
- Unterstützung aller Medienkanäle
- Beliebig skalierbar für jede Unternehmensgröße

PIM, MAM, Cross-Channel-Publishing, Workflow - Alles drin, Alles dran!

