

13-mal schneller und 16-mal häufiger aktuelle Unterlagen für alle Tierbereiche

„Aus Liebe.... Vitakraft“ ist der Leitgedanke der Unternehmens-Philosophie und des Handelns eines der erfolgreichsten Konzerne der Heimtier-Branche. Ausgehend von einer kleinen Futtermittelhandlung bei Bremen hat sich das Unternehmen zum weltweit führenden Anbieter von Produkten für den Heimtierbedarf entwickelt und verfügt über 19 Niederlassungen in Europa, Asien und Amerika.

Die Entwicklung und Herstellung qualitativ hochwertiger Markenprodukte für die artgerechte Ernährung und Haltung von Heimtieren hat oberste Priorität bei Vitakraft. Unter Berücksichtigung der neuesten wissenschaftlichen Erkenntnisse produziert der Futtermittel-Spezialist in zahlreichen Produktionsstätten im In- und Ausland innovative und bedarfsgerechte Produkte und Sortimente, die spezifisch auf die jeweilige Tierart abgestimmt sind.

Inzwischen gewährleisten bereits mehr als 2.000 Vitakraft-Erzeugnisse eine optimale Ernährung für Vögel, Nager, Hunde und Katzen; die Produktpalette umfasst sowohl Hauptfutter und Snacks als auch Bedarfsartikel für die Pflege und Haltung von Heimtieren. Daneben gehören auch Produkte für die Tiergruppen Fisch, Reptilien, Igel oder Frettchen zum Vitakraft Sortiment. Und die Zahl der Produkte nimmt weiter zu: Ob Accessoires und Spielzeug für Hunde und Katzen oder neue, verbesserte Rezepturen bei den Futtermitteln für Vögel und Nager – durch eine kontinuierliche Weiterentwicklung seines Angebots stellt das Unternehmen sicher, dass es seine führende Marktposition auch in Zukunft behaupten kann.

Aktuelle Unterlagen beim Kundenbesuch kurbeln den Umsatz an. Unter diesem Aspekt ist der Sortimentskatalog bei Vitakraft von zentraler Bedeutung und begleitendes Element für Verkaufsgespräche. Übersichtlich strukturiert,



gut illustriert und stets auf dem aktuellsten Stand dient er insbesondere dem Außendienst beim Kunden vor Ort – vorwiegend Einzelhandelsketten sowie der Zoofachhandel - als wichtiges Hilfsmittel, um neue Produkte vorstellen und visualisieren zu können. Bis vor kurzem hatte die zentrale Marketing-Abteilung am Hauptsitz Bremen alle Hände voll zu tun, um die Sortimentskataloge wenigstens alle 2-3 Jahre, rechtzeitig zur wichtigsten internationalen Fachmesse „Interzoo“, à jour zu bringen.

Der Prozess war nahezu komplett manuell und entsprechend ressourcenintensiv sowie fehleranfällig. 6 Monate Erstellungszeit pro Katalog waren die

Regel. Produktbilder und Beschreibungen waren oftmals schon nicht mehr aktuell bis der Katalog endlich in den Druck gehen konnte, die Preise waren spätestens nach der nächsten Preisanpassung nicht mehr auf dem letzten Stand. Eine Optimierung des Prozesses wurde unumgänglich, um mit den wachsenden Anforderungen Schritt halten zu können.

Als Basis nahm man daher zunächst eine verbesserte und zentrale Datenhaltung sämtlicher produktbezogener Informationen in Angriff. 2012 wurde mit Einführung des PIM-Systems der Informatica die Grundlage hierfür geschaffen und die bislang nur rudimentär vorhandene Datenstruktur in Excel

Case Study

Leidenschaft für Heimtiere - in gedruckter Form

deutlich optimiert. Dies war Voraussetzung für die nächste Optimierungsphase – die weitgehende Automatisierung der Prozesse im Print-Bereich. Ausgehend von den bestehenden Sortimentskatalogen sollte zunächst der deutsche Katalog zu ca. 80% automatisiert und per Knopfdruck erstellt werden können.

mat der jeweils benötigten Publikation und Sprache war es möglich, via InBetween Publisher per Knopfdruck die gewünschte Publikation zu generieren. Letztlich musste nur noch der Katalog selbst inhaltlich aktualisiert und die Seitenlayouts angepasst werden. Der einmalige Aufwand hat sich jedoch gelohnt: Der Großteil der Inhalte für den

seite werden noch manuell in InDesign hinzugefügt.

Mit dem ersten deutschen Katalog per Knopfdruck wurde für Vitakraft eine Meilenstein in Bezug auf eine effiziente Erstellung der Printmaterialien gelegt: Statt den ursprünglichen Katalogen alle 2 bis 3 Jahre in manueller Arbeitsweise und mit einem Zeitaufwand von einem halben Jahr, entstand erstmals ein fertiger Katalog innerhalb von lediglich 14 Tagen, wobei die Prüfung der Inhalte durch die Marketingabteilung den größten Anteil hat. Das entspricht einer 13-mal schnelleren Erstzeit. Als Konsequenz kann Vitakraft jetzt alle 3 Monate einen aktuellen Katalog publizieren und damit sehr viel schneller und flexibler auf Änderungen bei den Preisen und im Sortiment reagieren, ohne dass zusätzliche Ressourcen erforderlich sind.

Als international agierendes Unternehmen denkt Vitakraft selbstverständlich schon weiter: Nach den positiven Erfahrungen mit der ersten Sprachversion werden in Kürze auch die Sortimentskataloge für weitere Vertriebsgesellschaften in der Schweiz, den Niederlanden, in Italien sowie in Frankreich auf Französisch, Niederländisch, Italienisch und Englisch auf dieselbe effiziente und automatisierte Art und Weise entstehen. Je schneller der Außendienst aktuelle Unterlagen zur Verfügung hat, desto schneller lassen sich auch neue Produkte auf allen Absatzmärkten erfolgreich platzieren und sorgen für zusätzlichen Umsatz und höheren Marktanteil.



Bei der Auswertung der für die Zielsetzung in Frage kommenden Anbieter stach InBetween mit einem gut sortierten Referenz-Portfolio und einer speziell für die Anforderungen angepassten Lizenzversion hervor. Für Vitakraft bot InBetween als seriöser und bewährter Publishing-Experten die Gewähr für eine schnelle Senkung der Projektkosten.

Als Basis für eine automatisierte Erstellung des Vitakraft-Sortimentskatalogs musste zudem eine Schnittstelle zwischen den Daten im Informatica PIM und der Ausgestaltung des Kataloges in InDesign geschaffen werden. Dies gestaltete sich jedoch relativ einfach: Über einen XML-Export im For-

Sortimentskatalog, wie beispielsweise die Struktur, Kategorietexte etc., konnte damit erstmals direkt im PIM aufgebaut werden. Ein besonderes Highlight war zudem, dass es erstmals auch ohne weitere Datenerhebung möglich war, gleich auch die GTIN-Identifikationsnummer für den Versand als Barcode mit abzubilden. Positiv ist zudem, dass Vitakraft jetzt auch auf kurzfristige Änderungswünsche schnell reagieren kann – bei Bedarf kann sofort ein neuer Katalog digital mit einer überarbeiteten Sortimentsstruktur ausgeleitet werden – die Datenstruktur hierfür wird nur im PIM als Quellsystem manuell laufend aktualisiert. Die gesamte Erstellung des Katalogs erfolgt damit hochautomatisiert, lediglich Deckblatt und Rück-

Case Study

Leidenschaft für Heimtiere - in gedruckter Form

Interview

Als Hersteller und Handelsunternehmen mit einer großen Zahl Kunden ist es für Vitakraft sehr wichtig, dass der Fachhandel sein Sortiment stets auf dem neuesten Stand hält. Auch wenn elektronische Informationen eine zunehmend größere Rolle spielen, ist es vor allem Aufgabe des geschulten Außendienstes, Kunden auf alle neu entwickelten Produkte aufmerksam zu machen und sie von der Aufnahme in ihr Verkaufssortiment zu überzeugen.

Ist der klassische Sortimentskatalog aus Ihrer Sicht noch zeitgemäß, oder wird er möglicherweise mittelfristig durch elektronische Versionen und Apps ersetzt?

Das ist bei uns sehr unterschiedlich und hängt sowohl von den Außendienstmitarbeitern als auch von den Kunden ab. Natürlich sind einige Kollegen schon mit Tablets unterwegs, es gibt aber auch noch viele, die nach wie vor auf den Katalog setzen. Insbesondere klei-

nere Fachhändler sind oftmals nicht so computer-affin wie unsere Großkunden. Unsere Aufgabe im Marketing ist es, alle benötigten und eingesetzten Medien gleichermaßen bereitzustellen.

Warum ändern sich die Kataloginhalte so häufig?

Unsere Preise werden einmal jährlich zu einem festen Stichtag aktualisiert. Bei neuen Produkten gibt es dagegen keinen so festen Rhythmus. Es gibt Jahre, in denen sehr viele neue Produkte hinzukommen oder geändert werden müssen, dann wieder bleibt das Sortiment längere Zeit unverändert. Was allerdings sehr häufig passiert ist, dass wir die Produktabbildungen anpassen müssen..

Welche Vorteile bringen die häufigen Aktualisierungen der Kataloge und machen sie für Vitakraft unverzichtbar?

Anschauliche und ansprechende Produktabbildungen sind sehr wichtig beim Verkaufen und sorgen für mehr

Heiko Cichala



Heiko Cichala ist seit 1999 als IT-Application Consultant bei Vitakraft beschäftigt.

Sämtliche Neuerungen und Anpassungen im Konzern bezüglich des Produktmanagements fallen in seinen Verantwortungsbereich. Neben der ständigen Interaktion zum Marketingbereich hinsichtlich Veränderung und Optimierung von Produktdaten stehen ihm zentrale Instrumente wie SAP-Business-Workflow und ein Product Information Management-System von Informatica zur Verfügung.



Umsatz. Seitdem wir in der Lage sind, unsere Kataloge sehr einfach nur per Knopfdruck zu erstellen, können wir alle neuen Produktabbildungen quasi sofort übernehmen. Wir könnten jetzt sogar jeden Monat einen neuen Sortimentskatalog erstellen, was unser Vertrieb sicherlich begrüßen würde.

Und wie sieht es auf der Kostenseite aus? Haben Sie durch die vielen Aktualisierungen nicht auch höhere Druckkosten?

Die Druckkosten sind hierbei das geringste Problem. Wir haben ja jetzt auch eine deutlich geringere Auflage. Viel wichtiger ist allerdings der immense Effizienzgewinn bei der Erstellung der Kataloge. Der manuelle Prozess war im Vergleich dazu um ein Vielfaches

Case Study

Leidenschaft für Heimtiere - in gedruckter Form

aufwändiger und dadurch auch kostenintensiver. Nicht zu vergessen die vielen Fehlerquellen, die damit verbunden waren, Fehldrucke eingeschlossen.

Welche Aspekte bei der Projektumsetzung waren für Sie von besonderer Bedeutung?

Wir als Mittelständler orientieren uns bevorzugt am Markt an Partnern und Anbietern auf Augenhöhe. InBetween zeigt schlanke und zielgerichtete Projektstrukturen im Außenverhältnis auf, die auch so gelebt werden. Ein direkter Kontakt zu ein oder zwei Projektverantwortlichen lassen die Arbeit zu einem schnellen Ergebnis führen.

Projekthighlights

- Kürzere Produktionszeiten und deutlich geringere Projektkosten, dank Automatisierung.
- Wichtige Zusatzinfos für den Versand werden ohne weitere Datenerhebung mit abgebildet.
- Auch kurzfristige Änderungswünsche können problemlos im Katalog übernommen werden.
- 13-mal schnellere Erstellungszeit.
- Alle Länder- und Sprachvarianten werden mit dem gleichen Prozess umgesetzt.
- Automatisierungsgrad von mehr als 80 %.

Vitakraft

Die Vitakraft-Werke Wührmann & Sohn GmbH & Co. KG ist eines der weltweit führenden Markenunternehmen der Heimtierbranche mit Sitz in Bremen, Deutschland. Seit 2013 gehört Vitakraft zur Firmengruppe Deurer und ist neben Deutschland in 19 weiteren Ländern in Europa, Asien und Amerika vertreten. Etwa 2.000 Mitarbeiter sor-

gen weltweit dafür, dass täglich rund 1,2 Mio. hochwertige Vitakraft-Produkte für die Ernährung von Heimtieren produziert und vertrieben werden. Mehr als 5.000 Handelspartner in über 50.000 Geschäften stellen weltweit bevorraten ein vielfältiges Vitakraft Sortiment. Millionen von Heimtierhaltern können sicher sein, immer und über-



all das Beste für ihre Haustiere zu erhalten – für ein gesundes und langes Leben ihrer Lieblinge.



InBetween Deutschland GmbH
Friedrichstraße 39
D-70174 Stuttgart

☎ +49 711 72 23 32-0
🖨 +49 711 72 23 32-29
✉ info@inbetween.de
🌐 www.inbetween.de



myview systems GmbH
Lindberghring 1
D-33142 Büren

☎ +49 2955 74 33-00
🖨 +49 2955 74 33-99
✉ info@myview.de
🌐 www.myview.de