

# Von der Warenwirtschaft ins Web

Eine mehrsprachige Datenbanklösung von FAW aus dem Softwarepark Hagenberg verkürzt die Aufbereitung der Produktdaten für Papier-Katalog und Internet von mehreren Wochen auf zwei Tage.

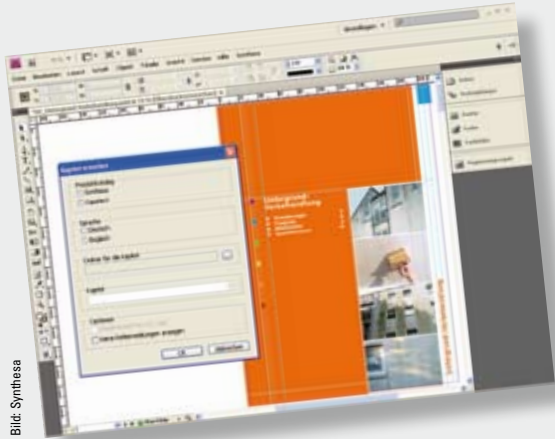


Bild: Synthesa

**Die automatisierte Katalogerstellung übergibt die Produktdaten direkt an Adobe InDesign**

In zwei Schritten realisierte der österreichische Baufarben-Hersteller Synthesa eine intelligente Vertriebsdatenbank und ein internet-basiertes Content Management System, das auch als Basis für den papiergebundenen Katalog dient. „Bereits 2007 konnten die Kosten und der Zeitaufwand für die Katalogerstellung im Internet und auf Papier mit einer intelligenten Datenbanklösung von FAW massiv reduziert werden“, erklärt Peter Eichmayer von der Werbeabteilung der Synthesa-Gruppe die erste Phase. „In einem zweiten Schritt erfolgte nun die weitgehende Automatisierung des Layouts in Adobe InDesign. Die Lösung hat den Zeitbe-

darf von vormals vielen Wochen auf wenige Tage verkürzt und schließt Fehlerquellen nahezu aus.“

**Produkt-Datenbank als Verbindungsstück.**

Die Firmengruppe Synthesa entwickelt, produziert und vertreibt hochwertige Farben, Lacke, Lasuren sowie bauchemische Beschichtungen und ist einer der führenden Anbieter von Wärmedämm-Verbundsystemen. Für den professionellen Verarbeiter entwickelt, werden Synthesa-Produkte an gewerbliche und industrielle Kunden verkauft. Mit rund 650 Mitarbeitern erwirtschaftete die Firmengruppe, zu der auch die Capatect Baustoffindustrie, der Glemadur Farben und Lacke Vertrieb sowie Avenarius-Agro gehören, im Jahr 2008 einen Umsatz von ca. 142 Millionen Euro.

Entsprechend breit ist das Synthesa-Produktportfolio, das im Internet und in Form eines gedruckten Katalogs verkaufsgerecht dargestellt wird. „Zunächst erstellten wir eine Produkt-Datenbank

als Meta-Ebene zwischen der Warenwirtschaft und den Ausgabemedien“, berichtet Knud Steiner, Geschäftsführer von FAW. „Damit steht den Synthesa-Produktmanagern eine einheitliche Umgebung zur Verfügung, in der sie die aus unterschiedlichen ERP-Systemen stammenden Inhalte um verkaufsrelevante Informationen ergänzen.“ Allein dadurch konnte der Zeitbedarf für die Vorarbeiten zur Katalogerstellung von vielen Wochen drastisch reduziert werden.

**Vollautomatisch zum Druck.**

Nur noch zwei bis drei Tage dauert nun die Datenaufbereitung für die Katalogerstellung, nachdem die FAW in Kooperation mit Holzer-Softwareentwicklung – beide Mitglieder der fiveIT Hagenberg – in nur vier Monaten den zweiten Schritt umsetzte. Dazu wurde die Datenbank so erweitert, dass sie mehrsprachig ist und sämtliche Produkte – auch Werkzeuge und Sonderartikel – der Firmengruppe aufnehmen kann. Ein ebenfalls mehrsprachiges, Web-basiertes BackOffice-System erleichtert standortunabhängig die Datenpflege.

Wichtigste Neuerung ist

die automatisierte Generierung der Druckunterlagen. Mittels eines Plug-in und umfangreichem Scripting entsteht auf Knopfdruck aus den Datenbankinhalten ein korrekt formatiertes Adobe InDesign-Buch mit dynamisch generiertem Inhalts- und Stichwortverzeichnis. Die Dynamik reicht so weit, dass sich das Layout den enthaltenen Produktattributen anpasst, sodass zum Beispiel keine ungewollten Leerräume verbleiben. Peter Eichmayer freut sich über die Vorteile der neuen Lösung: „Einerseits erspart sich Synthesa durch diesen Quantensprung in der Veröffentlichungstechnologie den Großteil der Nachbearbeitungskosten in der Druckvorstufe und andererseits sind die Mitarbeiter in der Werbeabteilung und im Produktmanagement von der mühsamen und mehrmaligen Korrekturarbeit zahlreicher Bürstenabzüge entlastet und können sich voll auf ihre eigentlichen Aufgaben konzentrieren.“

FAW  
www.faw.at

**TNS Infratest**

## Onlinesuche beeinflusst Kaufentscheidungen

Immer mehr Personen kaufen ihre Produkte on- wie offline erst nach einer ausführlichen Recherche im Internet. Der Stellenwert, welcher der Onlinesuche eingeräumt wird, variiert dabei je nach Kategorie in der gesucht wird. Rund

70 Prozent der befragten Internetnutzer verwenden „häufig“ oder „regelmäßig“ das Internet als Recherchehilfe für Informationen über Bücher, CDs und DVDs. In der Kategorie Unterhaltungselektronik sind es 66 Prozent, die das Internet

zu Rate ziehen. Für Urlaubs- und Fernreisen oder andere touristische Belange wird das Internet zu 56 Prozent als Informationsquelle genutzt. 41 Prozent der befragten Internetnutzer informieren sich „oft“ oder „immer“ im Internet

über „Mode“. Dies ergab die TNS Infratest-Studie „Kaufentscheidung: Überzeugungskraft kommt aus dem Internet“.

TNS Infratest  
www.tns-infratest.com