

# WOHLFÜHLOASE

Bequem online sein Zuhause gestalten



VON NADINE PELZER

**E**in professioneller Internetauftritt bildet den Grundstock für die zukünftige erfolgreiche Präsenz der stationären Möbelhäuser. Neben der Chance, die Ware im Einrichtungshaus zu präsentieren, muss über kurz oder lang auch die Möglichkeit bestehen, Ware online zu bestellen. Das Internet bietet die Möglichkeit, Produkte zu zeigen, und ist heute erste Anlaufstelle für interessierte Kunden.

„Fühlen Sie sich wie zu Hause“ lautet die Unternehmensphilosophie des bayerischen Familienunternehmens WEKO, die sowohl nach außen als auch nach innen hin gelebt wird. Eine hohe Beratungsqualität gepaart mit Freundlichkeit und einem höflichen Umgang geben Kunden das Gefühl, sich wie zu Hause zu fühlen.

Die Wurzeln des Unternehmens finden sich im Jahr 1948 bei Alois Weber in Kohlstorf, dem Großvater des heutigen Mehrheitsgesellschafters Bernhard Weber. Sein Sohn, Helmut Weber, hat ab 1963 die Tradition fortgesetzt und zunächst im Rahmen eines Schreinereibetriebs begonnen, Möbel in einer Garage aufzustellen und zu verkaufen. Nachdem die Möbelnachfrage rasant anstieg, wurde 1972 in Linden bei Hebertsfelden das erste WEKO-Möbelhaus eröffnet. Knapp 20 Jahre später folgte die Eröffnung des Einrichtungshauses in Pfarrkirchen mit einer aktuellen Verkaufsfläche von rund 33.000 Quadratmetern. In den Jahren 2002 und 2003 hat die Familie einen weiteren Meilenstein gesetzt und ein neues Einrichtungshaus in Rosenheim mit ca. 27.000 Quadratmetern Verkaufsfläche etabliert. Neben den großen Einrichtungshäusern finden sich im Portfolio noch zwei Sonderpostenmärkte in Linden und Rosenheim, ein Küchenfachmarkt in Eching und eine Mehrheitsbeteiligung an einem E-Commerce-Unternehmen.

Auch traditionelle Unternehmen wie WEKO stellen sich dem digitalen Wandel und verschließen sich nicht vor notwendigen Veränderungsprozessen. Im Gegenteil, denn bei WEKO wird mit Hochdruck daran gearbeitet, neue digitale Technologien zu nutzen und die entsprechende Infrastruktur bereitzustellen. Vor allem die Frage, wie man Kunden am besten erreicht, wird fortlaufend durchdacht. Eine positive und synergetische Verbindung zwischen dem stationären Handel und dem Onlinehandel ist die Basis für den zukünftigen Erfolg von Einrichtungshäusern.

Wir haben mit Benjamin Steinbach, Senior Project Manager bei apollon, über das gemeinsame Digitalisierungsprojekt mit WEKO gesprochen.

**Herr Steinbach, Sie begleiten WEKO auf dem Weg in die Digitalisierung. Was schätzen Sie besonders an der Zusammenarbeit?**

Die Zusammenarbeit mit WEKO schätze ich sehr, sowohl von menschlicher als auch von der fachlichen Seite her. Trotz verschiedener technischer Herausforderungen konnte auf Basis einer regelmäßigen, offenen und persön-

lichen Kommunikation immer eine für beide Seiten passende Lösung gefunden werden. Insbesondere freue ich mich über den langjährigen und freundlichen Kontakt zu unseren zwei Hauptansprechpartnern und die regelmäßigen persönlichen Treffen vor Ort in Bayern. Hierdurch lassen sich Kundenwünsche und Ansprüche noch besser aufnehmen und Lösungsmöglichkeiten durchsprechen. Auf organisatorischer Ebene helfen uns bei der Zusammenarbeit im Projekt verschiedene, über apollon bereitgestellte Tools für die Aufnahme und Freigabe von Anforderungen in Ticket-Form, eine zentrale Plattform für Protokolle, Budgetverwaltung und Dokumentation sowie eine grafische und agile Wochenübersicht.

**Wie sieht das gemeinsame Projekt konkret aus und was ist das Ziel?**

Im gemeinsamen Projekt bauen wir mit WEKO und unserer eigenen Software-Suite Online Media Net (OMN) eine Plattform für die zentrale und kanalübergreifende Produkt- und Mediendatenverwaltung auf. Damit ist das „WEKO-Media Net“ künftig ein Herzstück der WEKO-Systemlandschaft. Neben der Verwaltung aller Produktdaten und deren Anreicherung mit relevanten Marketing-Informationen sollen über das System im nächsten Schritt auch eine teilautomatisierte Erstellung von Print-Werbemitteln und eine automatisierte Ausleitung aller benötigten Information in unterschiedliche Webshops erfolgen. Ebenso werden die Speisen, Getränke und Menüs der Möbelhaus-Restaurants über unser PIM-System verwaltet. Sie sollen in einer folgenden Projektphase in Form einer „Speisekarte“ automatisiert an verschiedene Kanäle ausgeleitet werden.

Interessant ist, dass OMN im Kontext WEKOs führendes System für Artikeldaten ist. Die Warenwirtschaft AX wird von OMN über eine Schnittstelle nahezu in Echtzeit mit verkaufsrelevanten Produktinformationen beliefert und dann um logistische und Preisdaten angereichert.

**Was sind die Hauptargumente für OMN?**

OMN bietet mit seinen verschiedenen Hauptmodulen Mediendatenmanagement (MAM), Produktdatenverwaltung (PIM), Projektmanagement (PM) und Workflow-Steuerung (WFM) aus einer Hand. Damit lassen sich über eine Benutzeroberfläche zentral und redundanzfrei die Marketing-Informationen für unterschiedlichste Ausleitungskanäle verwalten. Es ist damit sichergestellt, dass alle Mitarbeiter an verschiedenen Standorten jeweils immer auf die korrekten und aktuellen Produkt- und Bilddaten zugreifen und nicht versehentlich veraltete Versionsstände verarbeitet werden. Gehosted wird das System komplett und vollständig beim Kunden im eigenen Rechenzentrum. Es verwendet eine MS-SQL-Datenbank und arbeitet mit Microsoft AX zusammen. Dadurch ist keine lokale Installation notwendig, und jeder Mitarbeiter kann per Browser von jedem beliebigen Rechner im Unternehmensnetzwerk, optional auch weltweit per VPN oder gesicherter Verbindung, auf OMN zugreifen.

**Was sind die Vorteile eines Umstiegs auf PIM2?**

Der Vorteil von PIM2 ist, dass der Kunde selbst neue Attribute für Produkte anlegen und verwalten kann. Er kann eigenständig die Klassifikationsstruktur des Sortiments editieren und steuern, welche Attribute für welche Klassifikationsknoten verfügbar und durch den Produktmanager zu pflegen sind. PIM2 bietet hierfür eine neue „Admin-View“. Ebenso kann jedoch weiterhin auch die bereits bekannte, flexibel konfigurierbare Oberfläche aus dem „klassischen“ PIM verwendet werden. Die neue PIM-Lösung bietet deutlich mehr Möglichkeiten für den Kunden-Admin und End-User, was WEKO zum Umstieg bewogen hatte.

**Was sind die weiteren Schritte des Projekts?**

Aktuell wurde mit Projekt-Phase 3 die Print-Ausleitung begonnen. Hierfür wurde zunächst das PM-Modul erweitert, sodass dort zukünftig Kata-

loge und andere Print-Werbemittel vorbereitet und verwaltet werden können. Durch Verlinken von Artikeln an Prospektseiten werden diese für den Print vorgemerkt. Anschließend kann der Seitenaufbau direkt in InDesign durch den Grafiker erfolgen. Ähnlich wie bei einem Baukasten, kann er sich die für die Seite relevanten Artikel und Elemente in das Dokument ziehen und somit das Dokument inklusive Bilder aufbauen. Zudem soll auch das Whiteboard-Tool „Patch+Brief“ weiter ausgebaut und für die grafische Seitenplanung direkt in OMN inklusive Ausleitung verwendet werden. Hierbei kann der Grafiker die Prospektseiten inklusive Artikel, Bilder, Textfahnen und Preisklinken direkt in OMN vorbereiten. Im zweiten Schritt werden die Seiten entsprechend der Vorplanung über das Plug-in „Xactuell“ 1:1 automatisch in InDesign aufgebaut.

Parallel werden aktuell unterschiedliche Bilder-Workflows implementiert, welche es beispielsweise ermöglichen, Bilder von Mitarbeitern, Unternehmenslogos und Artikelbilder automatisiert in vordefinierten Formaten im WEKO-Intranet bereitzustellen. Die jeweils aktuellsten Assets liegen dabei immer zentral im OMN Media Asset Management, sodass nicht versehentlich mit einem alten Stand der Bilder gearbeitet wird. 2018 werden weitere Standorte an Microsoft AX und PIM2 angebunden und damit auf die neue OMN-LIVE-Umgebung umsteigen. Das Projekt bleibt also weiterhin interessant und spannend.

#### HERSTELLER

apollon GmbH + Co. KG bietet integrierte und ganzheitliche Lösungen für Anforderungen aus den Bereichen Produktdatenmanagement, Cross Media Publishing und Omnichannel-Commerce.

apollon GmbH + Co. KG  
info@apollon.de  
apollon.de

#### KUNDE

WEKO Wohnen GmbH  
info@weko.com  
weko.com