

CONTENT-MANAGEMENT-SYSTEM UNTERSTÜTZT "SAP ENTERPRISE PORTAL"

EUROPAWEITE KOMMUNIKATION MIT SYSTEM

Ein Extranet mit maßgeschneiderten Inhalten unterstützt jetzt den europaweiten Vertrieb der Pierre Lang Europe Handelsgesellschaft mbH. Der führende europäische Hersteller von Designerschmuck setzt dabei auf das SAP Enterprise Portal in Verbindung mit einem Content-Management-System. Damit können für 5.500 Schmuckberaterinnen in neun Ländern lokalisierte und personalisierte Inhalte in sechs Sprachen erstellt, verwaltet und veröffentlicht werden.

Die Implementierung des SAP Enterprise Portals verknüpfte die in Wien ansässige Pierre Lang Europe Handelsgesellschaft mbH mit einer klaren Zielsetzung: Die bessere Unterstützung des bestehenden Vertriebskanals. Der ist feingliedrig aufgeteilt: 5.500 freiberufliche Schmuckberaterinnen präsentieren die jeweiligen Kollektionen – vergoldete und rhodinierte Ohrringe, Armreifen, Kettenanhänger, Halsketten, Broschen und Fingerringe – bei ihren Kundinnen im privaten Rahmen. Die dabei aufgenommenen Bestellungen leiten sie dann an die Zentrale weiter, die wiederum den Versand organisiert. Derzeit werden auf diese Weise jährlich rund fünf Millionen Schmuckstücke verkauft. "Um für unsere Verkaufsrepräsentantinnen die Eingabe der Bestellungen in das vorhandene SAP R/3-System zu erleichtern, haben wir eine Web-basierte Portallösung gesucht, die das bisherige selbst entwickelte Extranet ablösen sollte", berichtet Antonia Ebner, IT-Leiterin bei Pierre Lang. Auf der Suche nach einer integrierten Gesamtlösung nahm der Schmuckhersteller etwa ein Dutzend Anbieter unter die Lupe. "Das bisweilen extrem hohe Datenaufkommen in Spitzenzeiten wie beispielsweise in der Saison vor Weihnachten führte bereits in dieser Phase dazu, dass viele Anbieter sehr schnell passen mussten", beschreibt Antonia Ebner den Auswahlprozess, "am Ende haben wir uns für das SAP Enterprise Portal zusammen mit dem Content-Management-System von RedDot entschieden."

Mit dem Wechsel von einem selbst gestrickten Intranet zu einem Web-basierten Portal steht der Schmuckhersteller

nicht alleine. Denn wenn es darum geht, inner- und zwischenbetriebliche Prozesse abzubilden und zu vernetzen, kommt den digitalen Eingangspforten inzwischen laut einer Umfrage des Marktforschers TechConsult eine führende Rolle in der E-Business-Strategie vieler Unternehmen zu. Unter 628 deutschen Firmen mit mehr als 20 Mitarbeitern hat – so die Ergebnisse der Marktbeobachter – mittlerweile jede fünfte mindestens ein Portal im Einsatz, weitere elf Prozent haben ein entsprechendes Projekt in Planung. Denn nicht nur Daten aus dem Backend – wie Customer Relationship Management (CRM) oder Supply Chain Management (SCM) – werden damit sicher und schnell für alle autorisierten Mitarbeiter zugänglich. Auch steigende Informationsmengen lassen sich damit besser bewältigen – bei gleichzeitiger Sicherung von Qualität, Aktualität und Darstellungsform der Inhalte.

Diese Potenziale sind vor allem für große, weit verzweigte Organisationen von entscheidender Bedeutung. So gehören zu der Pierre Lang-Unternehmensgruppe neben der Handelsgesellschaft mbH Fertigungsstätten in Österreich und Irland sowie Servicestandorte in Österreich, Deutschland, der Schweiz, Italien, Frankreich, Luxemburg, Belgien und Großbritannien. Und letztendlich geht es darum, zwischen diesen Einheiten als auch den 5.500 angegliederten freiberuflichen Vertriebsmitarbeiterinnen eine möglichst schnelle und reibungslose Kommunikation auf die Beine zu stellen. Die neue Portallösung sollte deshalb nicht nur die Bestellungseingabe erleichtern, sondern gleichzeitig auch die Kom-

munikation zwischen dem Unternehmen, seinen Verkaufsrepräsentantinnen und den Kunden verbessern.

Um dies zu erreichen, strebten die Verantwortlichen eine weitgehende Lokalisierung und Personalisierung der Inhalte an. "Da die Lösung in neun Ländern mit elf Regionen und etwa 65 Gebieten eingesetzt werden soll und dabei jeweils 13 verschiedene Rollen berücksichtigt werden müssen, ergeben sich knapp 75.000 Personalisierungsmöglichkeiten", beschreibt Michael Deiß, Entwicklungsleiter des Münchener IT-Dienstleisters eggs unimedia, die zentrale Herausforderung des Projekts. Die redaktionellen Inhalte des Extranets sollten Artikel mit betriebsinternen News, Termine, Produkt- und Kollektionsinfos sowie Presse- nachrichten enthalten, aber auch Downloads von Broschüren, Katalogen und Preislisten sowie ein spezifisches Lexikon und Hilfeseiten.

Da sich die komplexe Vertriebsstruktur von Pierre Lang in keiner Standardsoftware direkt abbilden lässt, schlug der Dienstleister die Einbindung des Content-Management-Systems "CMS 5.6." und des "LiveServer 2.01" von RedDot Solutions vor. Gleichzeitig entwickelte eggs unimedia auch die – inzwischen von SAP zertifizierte – Komponente "Personalization iView für das SAP Enterprise Portal 6.0". Mit ihrer Hilfe kann der angezeigte Content innerhalb der Portalumgebung leicht an die Bedürfnisse und Interessen jedes einzelnen Nutzers angepasst werden. Die iViews sind in der Lage, auf in jeder beliebigen Programmiersprache geschriebenen Content zuzugreifen.

