

MESSERLE

14 VERSCHIEDENE KATALOGE UND 1 ONLINESHOP - AUS 1 SYSTEM



Die Lösung von asim eröffnet Messerle neue Wege der Kundenkommunikation

30.000 Produkte, 14 gedruckte Kataloge, ein Onlineshop - und nur eine gemeinsame Datenbank. Das von asim entwickelte PIM-System macht es möglich. Dem Büroartikel-Händler Messerle stehen nun völlig neue Wege der Kundenkommunikation offen.

Vom Vorbeifahren kennen die meisten Vorarlberger die Messerle-Zentrale in Mäder. Auch eingekauft haben dort schon viele. Die wahren Dimensionen des Betriebs zeigen aber erst die Zahlen: 30.000 Produkte, 2.200 Quadratmeter Lagerfläche, 35 Mitarbeiter, rund 11 Millionen EURO Umsatz.

“Uns war schon seit Jahren klar, dass wir einen gedruckten Katalog brauchen“, schildert Geschäftsführer Heiner Messerle. “Aber in der klassischen Produktionsweise wäre das für ein Unternehmen unserer Größe unmöglich.“ Immerhin müssten dafür sämtliche Produktdaten – Artikelnummern, Packungsgrößen, Beschreibungen, Preise, etc. - aufwendig von Hand gesetzt werden.

Abteilung eingespart

“Wir hätten eine ganze Abteilung nur für die Produktion des Kataloges gebraucht“, so Messerle. Dazu kämen weitere Schwierigkeiten: Viele Daten sind schon während der drei bis viermonatigen Produktionszeit veraltet, Tippfehler und Verwechslungen wären kaum zu vermeiden. Auch einen Onlineshop hatte Messerle bereits angedacht. Doch da scheute das Unternehmen ebenfalls den Aufwand, schließlich hätten die Daten dafür noch einmal getrennt erfasst werden müssen. Jetzt hat Messerle nicht nur einen gedruckten Katalog, sondern gleich mehr als ein Dutzend. Und einen eigenen Onlineshop gibt es als Draufgabe dazu - mit einer Menge spezieller Features für die Kunden. Dafür arbeiten statt einer ganzen Abteilung gerade mal zwei Personen an der Produktion - und die waren vorher auch schon im Unternehmen.

PIM-Publishing

Das Kunststück vollbrachte asim. Es ermöglicht, einen Datenbestand über alle Mediengrenzen hinweg zu publizieren - von der CD-Rom über Internet-Auftritte bis hin zum Druckkatalog.



CASE STUDY NR.

03

