

## Case Study: Einsatz von Magento im Industrie-B2B-Umfeld



### DAS UNTERNEHMEN

Mit über 125 Jahren Erfahrung zählt F. Reyher Nchfg. GmbH & Co. KG zu den führenden Großhandelsunternehmen für Verbindungselemente und Befestigungstechnik in Europa. Mehr als 550 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter am zentralen Standort in Hamburg bieten durch eine tägliche Lieferbereitschaft von über 99 Prozent die zuverlässige Versorgungssicherheit mit C-Teilen für den weltweiten Kundenkreis.

### IHR KONTAKT ZU ATLANTIS MEDIA

Patrick Bleckwehl  
Key Account Manager  
+49(0)40 851 81 - 340  
p.bleckwehl@atlantismedia.de

### AUFGABENSTELLUNG

Bei Reyher war eine B2B-Shop-Eigenentwicklung auf der Basis von PHP und MySQL im Einsatz. Dieser Shop wurde über die letzten 10 Jahre immer weiter ausgebaut und stieß zunehmend an seine Grenzen bei Bedienung und Wartung.

Mittlerweile vertrieb Reyher über seinen Online-Shop mehr als 75.000 Katalogartikel mit über 100 Attributen. Die Zeit für den Produktimport betrug ca. drei Stunden. Währenddessen war der Shop für Kunden nicht nutzbar. Dieses war ein großer Nachteil für eine Anwendung, die erheblich zum Unternehmenserfolg beiträgt. Ein Ausfall bzw. eine schlechte Performance müssen im neuen Shop demnach unbedingt vermieden werden.

### ZIELSETZUNG

- Beschleunigung des Produkt- und Kategorienimports
- Sinnvolles Zusammenspiel von technischen und emotionalen Aspekten
- Schaffung eines B2C-„Feelings“ im B2B-Shop bei gleichzeitiger Hochfunktionalität
- Nutzung von modernen Anzeigemethoden wie Reiternavigation, Überblendungen
- Selbständige Aktualisierung von Layout und Inhalten durch Reyher-Mitarbeiter

### Auswahl der Shop-Software

Die neue Software-Lösung sollte einen MVC-Ansatz berücksichtigen (Trennung von Datenmodell, Anzeige und Programmsteuerung). Durch den flexiblen Programmwurf können später Änderungen oder Erweiterungen leichter durchgeführt werden.

Getestet und verglichen wurden die PHP-basierten Frameworks Symfony, FLOW3 und ZEND. Es kristallisierte sich eine Tendenz zum ZEND-Framework heraus, auf dem auch die Open Source Shop-Software Magento aufsetzt. Nach sorgfältiger Abwägung von Kosten und Nutzen sprach besonders der wesentlich geringere Entwicklungsaufwand bei großer System-Performance für Magento als technische Basis für den Relaunch. Magento bietet alle Voraussetzungen, um den funktionalen Anforderungen an den neuen Webshop und seiner hochwertigen Gestaltung Rechnung zu tragen.

### KONZEPT

- Shop-Relaunch auf Basis der Open Source Software Lösung Magento
- Übernahme und Umsetzung aller bisher vorhandenen B2B-Funktionen mit aktueller Technologie
- Umsetzung neuer im Rahmen des Relaunchs konzeptionierter Funktionen
- Optimierung des Magento-Datenmodells für Performancesteigerungen im Livebetrieb
- Optimierung und Beschleunigung des Artikelimports auf Basis von BMEcat
- Sorgfältige Anpassung des Designs an geänderte CI-Vorgaben unter Berücksichtigung des für die Nutzer gewohnten User Interfaces

## Case Study: Einsatz von Magento im Industrie-B2B-Umfeld



*„Magento hat uns entscheidend geholfen, die Layoutmodernisierung unseres Webshops voranzutreiben. Funktional kann auf einen umfangreichen Entwicklungsvorrat zurückgegriffen werden, der uns auch bei zukünftigen Projekten hilft. Unser langjähriger Partner atlantis media hat bei Konzeption und Umsetzung hervorragende Arbeit geleistet.“*

*Helge Barchanski,  
Leiter E-Business und Konfektionierung,  
F. Reyher Nchfg. GmbH & Co. KG*

### IHR KONTAKT ZU ATLANTIS MEDIA

Patrick Bleckwehl  
Key Account Manager  
+49(0)40 851 81 - 340  
p.bleckwehl@atlantismedia.de

### ERGEBNIS

#### Allgemeine Funktionalität

Der regelmäßige Produkt- und Kategorienimport aus einer BMEcat-Struktur (Dateigröße 1,5 GB) dauert nun im besten Fall ca. 25 Minuten. Noch wichtiger ist aber die Tatsache, dass der Import jetzt „nebenbei“ läuft und der Shop für die Kunden voll nutzbar bleibt.

Als wichtigste Funktion bezeichnet Reyher die (Produkt-)Merkmalsuche, die eine Ladezeit unter 2 Sekunden haben soll. Dies wird über die Optimierung der Catalogsearch bei Nutzung der „flachen“ Produkttabellen erreicht.

Als zweite Kategoriestructur wird eine Normübersicht zusätzlich zur Katalogstruktur eingerichtet, um den Kunden das Durchstöbern des Sortimentes anhand von Normen zu ermöglichen.

#### B2B-Funktionalität

Im neuen Webshop wird zwischen Kunden und Benutzern unterschieden. Dabei kann es für einen Kunden mehrere Benutzer geben, die z.B. auf den gleichen Adresspool und auf alle Bestellungen der Benutzer des Kunden zugreifen können. Ein umfangreiches Berechtigungssystem mit Rechten auf Kunden- und auf Benutzerebene ist eingerichtet. Die Benutzerverwaltung erfolgt durch den Admin-Benutzer des Kunden. Das Login wurde durch die Angabe der Kundennummer zusätzlich zu Benutzernamen und Passwort erweitert.

Die Preise und Bestände stammen aus dem Reyher-SAP. Dabei können kundenindividuelle Preise und aktuelle Bestände live abgefragt werden. Bei Abschluss der Bestellung werden die Bestelldaten an das SAP-System übermittelt. Die SAP-Bestellnummer wird an der Magento-Bestellung gespeichert. Dabei sind eigene Artikelnummern pro Kunde hinterlegbar. Zur Vereinfachung wiederkehrender Bestellungen können Favoritenlisten und -mengen verwaltet werden. Eine Schnelleingabe aus einer CSV-Datei und über Barcodescanner ist möglich. Ein Benutzer kann gleichzeitig mehrere Warenkörbe haben, gleiche Artikel können im Warenkorb als mehrere Positionen angezeigt werden. Ein Freigabeverfahren von Warenkörben ist möglich. Dann können Benutzer rechteabhängig zwar Warenkörbe zusammenstellen, aber nicht bestellen. Sie müssen die Warenkörbe an Benutzer mit den entsprechenden Rechten weitergeben, welche die Bestellung durchführen können. Zusätzlich kann der Admin-Benutzer Budgets pro Benutzer und Zeitraum festlegen und verwalten. Die Oberfläche des Online-Shops steht inzwischen in mehreren Sprachen zur Verfügung.

### WEITERE B2B-FUNKTIONEN

- OCI-Schnittstelle
- Schnittstelle zu cadenas
- Etikettenerstellung
- Schnittstelle zur Übermittlung von Bestelldaten an das Reyher-Kanban-System

### FAZIT UND AUSBLICK

Der Online-Shop von Reyher überzeugt seit Einführung im Januar 2012 durch große Effektivität und Leistungsfähigkeit. Positive Rückmeldungen von Kunden haben deren gute Akzeptanz noch bestätigt. Um diesen Vorsprung weiter auszubauen, arbeitet atlantis media an der ständigen Weiterentwicklung der Anforderungen und Funktionen. Zurzeit wird die Verarbeitung von Staffelpreisen eingeführt. Demnächst können Kunden in dem Online-Shop eine individuelle Anfrage erstellen, die direkt im Reyher-SAP verarbeitet werden kann und als Angebot in den Online-Shop zurückgegeben wird. Eine mobile Version ist in Vorbereitung.