

DIGITALE GLANZTAT

Winterhalter realisiert
Datenmanagement in Echtzeit

VON CHRISTIAN STEIAUF

Seit der Gründung der Karl Winterhalter Ing. Haushaltsgegenstände und Elektrogeräte vor 67 Jahren in Friedrichshafen zeichnet sich der schwäbische Spezialist für gewerbliche Spülmaschinen durch innovative Produkte und internationale Erfolge aus.

Vor zwei Jahren wurde im Unternehmen mit der Strategie „Digital Media“ der Grundstein dafür gelegt, dass sämtliche Medien- und Produktinformationen mittlerweile aus einem zentralen Datenpool bezogen werden und damit in Echtzeit für die unterschiedlichsten

Anwendungen und Publikationen zur Verfügung stehen. Die Neuausrichtung des digitalen Marketings sieht im Ergebnis eine effiziente Multikanalkommunikation durch den kontinuierlichen Ausbau von PIM und DAM vor – allumfassend und zielgruppengenau, online wie offline. „Für die Umsetzung unserer Multichannel-Strategie spielt die zentrale Stammdatenpflege aller Medieninformationen eine entscheidende Rolle“, sagt Thomas Böhme, Leiter Internationales Marketing bei Winterhalter. Sowohl zu Beginn als auch während der Projektlaufzeit wurden intern eine Reihe von Workshops

abgehalten, um die Anforderungen und Wünsche der beteiligten Bereiche, insbesondere aus den Abteilungen Produktmanagement, Technische Dokumentation sowie den internationalen Vertriebsniederlassungen, zu sammeln.

Ziel war es, künftig den Ablauf bestehender Publikationsprozesse zu verbessern. „Die eintägige PIM-Informationsveranstaltung durch die DAM Group bei uns im Hause hat alle beteiligten Mitarbeiter nachhaltig sensibilisiert und sehr früh ein tiefes Verständnis über die Vorzüge einer zentralen Produktstammdatenhaltung vermittelt. Mit der Implementierung des mediacoockpits haben wir unsere Single-Source-Strategie erfolgreich umgesetzt. Sämtliche Informationen und Dokumente pflegen und aktualisieren wir nur noch in einem System und bespielen damit unterschiedliche Kanäle. Dadurch haben wir die Datenqualität verbessert und den Pflegeaufwand deutlich reduziert“, fügt Moritz Hainmüller, International Marketing Manager Digital Communication bei Winterhalter, hinzu.

Heute sind die Neuen Medien und der Einsatz smarterer Technologie im Unternehmensbereich Marketing und Kommunikation fest verankert, und die gesamte Organisation profitiert bereits davon. Mit dem Relaunch der Internetpräsenz in 2013 und dem darauf folgenden internationalen Rollout der einzelnen Sprachversionen in den derzeit 37 Vertriebsniederlassungen ging auch eine komplette Neuorganisation der Mediendateien und Publikationsprozesse einher. Das neue Mediacenter, basierend auf dem mediacoockpit 7.2.1, fungiert dabei als zentrale Datendrehscheibe, welche zum einen sämtliche Artikelmerkmale und begleitende Assets (Bilder, Prospekte, Videos, Technische Dokumentationen wie Bedienungsanleitung, Anschlussplan, Sicherheitsdatenblatt, Zertifikate, Garantie- und Servicedokumente) samt Produktbeziehungen, Sprachversionen und Nutzer verwaltet. Zum anderen beliefert das mediacoockpit direkt angeschlossene Systeme mit Medieninhalten anhand von API-Anfragen über das Web CMS (TYPO3), das Intranetportal und anderen Applikationen (Exportprofile für Ausleitungen in Richtung mobile App) und stellt somit Medienderivate direkt in bestehenden Publikationen bereit.

Unter den insgesamt über 40 Attributen befinden sich auch Merkmale, die bereits bei der Mediaaufnahme anhand des Dateinamens dynamisch in das System übernommen werden. Dies geschieht zum Beispiel bei sämtlichen Produktbroschüren und PDF-Dokumenten aus der technischen Dokumentation, die mittels Produkt-, Land- und Sprachkürzel innerhalb des Dateinamens direkt vorverschlagwortet werden. Andere Merkmale steuern die Verfügbarkeit der Medienobjekte für den jeweiligen Bereich im WWW („Public“, „Intranet“) und bieten somit eine komfortable und schnelle Verwaltung der Datenaktualität und -sichtbarkeit.

Damit dem Besucher der Webseite sämtliche Produktinformationen stets auf dem aktuellsten Stand präsentiert werden können, holt sich das CMS System TYPO3 über die standardisierte Schnittstelle die relevanten Downloads für die jeweilige Produktkategorie oder Artikelseite quasi „in Echtzeit“ automatisiert alle drei Minuten ab (in Form von individuellen ReST-API-Aufrufen, die gewünschte Produktmerkmale oder sonstige attributbasierte Suchkriterien enthalten). Damit werden Änderungen an Produktunterlagen direkt und vollautomatisch auf der Webseite veröffentlicht, eine manuelle Bearbeitung findet nicht mehr statt. Sehr zur Freude der weltweit verteilten Webredakteure, deren Pflegeaufwand innerhalb des Web CMS damit auf ein Minimum reduziert wurde.

Von Anbeginn lag der Fokus darauf, den internationalen Niederlassungen eine nachhaltige Vertriebsunterstützung und Arbeitserleichterung zu bieten. Deshalb wurde ein großes Augenmerk auf die Neustrukturierung der Rechte und Rollen unter den weltweit verteilten Redakteuren gelegt. Das neu implementierte Benutzerkonzept sieht für die einzelnen Nutzergruppen administrative Rollen vor, die es dem Benutzer beispielsweise ermöglichen, Name und Beschreibung eines Dokumentes in die Landessprache zu übersetzen oder aber bereits lokalisierte Dokumente in das Medienarchiv hochzuladen. Ein wichtiger Aspekt für die Akzeptanz des neuen Mediacenters war neben der Aktualität sämtlicher Marketing- und Verkaufsmaterialien sowie des Produktsortiments insbesondere die Benutzerfreundlichkeit. Implementiert wurde deshalb eine Sin-

gle-Sign-on-Lösung, mit der sich ein Mitarbeiter zentral auf der Webseite einloggen kann und damit automatisch die für ihn freigeschalteten Bereiche wie beispielsweise Presse-Portal oder Partner-Shop, plus Bilder und Dokumente angeboten bekommt. Mit dieser Funktionalität steuert Winterhalter auch den Zugriff auf die unterschiedlichen Assets für die verschiedenen Zielgruppen wie Händler, Partner, Produktmanager, technische Redakteure, Kundendienst, Journalisten und Agenturmitarbeiter. Als zentrale Benutzerverwaltung wurde dafür ein eigener Autorisierungsserver eingerichtet, der die interne Benutzerverwaltung durch Standardprotokolle mit der Benutzerverwaltung des mediacoockpit und des TYPO3 Web CMS synchronisiert. Dabei werden zusätzlich auch die jeweiligen Gruppenzugehörigkeiten und damit verbundenen Rechte des Benutzers mit übermittelt. Aktuell werden auf diesem Weg über 600 aktive Accounts wie die von Mitarbeitern, Partnern, Händlern, Agenturen oder externen Dienstleistern verwaltet. Zudem werden weitere Konten direkt im mediacoockpit verwaltet – die der sogenannten „prozessgebundenen Systemnutzer“, die auf verschiedene Schnittstellenzugriffe angewiesen sind. Im Bereich eingesetzter Technologien für die Automatisierung von Marketing und Publikationsprozesse steht Winterhalter durch die konsequente Umsetzung der Digital Media Strategie folglich glänzend da.

SOFTWAREHERSTELLER

Die erfolgreiche Produktlinie mediacoockpit unterstützt seit über 15 Jahren werbetreibende Unternehmen im Enterprise DAM/PIM sowie bei automatisierten Publikationen für Print, Web und Mobile. Ein Unternehmen der Bertsch Innovation.

DAM Group GmbH
Christian Steiauf
info@damgroup.de
www.damgroup.de

KUNDE

Winterhalter Gastronom GmbH
info@winterhalter.de
www.winterhalter.de