



# Content Management für die BSH Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH

---

Als Joint Venture zwischen der Robert Bosch GmbH und der Siemens AG gehört die in München niedergelassene BSH Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH mit einem Jahresumsatz von mehr als sechs Milliarden Euro zu den führenden Hausgeräteherstellern weltweit. In ihrem internationalen Netzwerk von Vertriebs- und Kundendienstgesellschaften sind 34.400 Mitarbeiter beschäftigt. Allen ist eins gemeinsam: die effiziente Marketingunterstützung durch ein professionelles Content Management System von Media-Print Digital.

Ausschlaggebend für den internationalen Erfolg der BSH sind Europas meistverkaufte Marken Bosch und Siemens. Neben diesen beiden Hauptmarken enthält das umfangreiche Markenportfolio der BSH fünf weitere Spezialmarken und sechs Regionalmarken. Während die Spezialmarken zur Differenzierung des jeweiligen Markenimages dienen und somit die individuellen Bedürfnisse ihrer Kunden erfüllen, sichern die

Regionalmarken hohe Marktanteile in ihren jeweiligen Ursprungsländern. Seit dem Startschuss 1967 ist das Unternehmen BSH Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH rapide gewachsen. Heute ist es an 31 Fertigungsstandorten mit 43 Fabriken in 15 Ländern vertreten. Mehr als 70 Prozent des Konzernumsatzes werden inzwischen im Ausland erwirtschaftet.

## Mit Premiumprodukten an die Spitze

Produziert werden die auf verschiedene Märkte zugeschnittenen Haushaltsgeräte im weltweiten Entwicklungs- und Fertigungsverbund der BSH. Beim vielfältigen Produktportfolio kommt es der BSH insbesondere darauf an, Premiumprodukte mit marktorientierten Innovationen zu entwickeln. Mit ihrer Innovations- und Qualitätspolitik setzt die BSH Trends im Markt und treibt die technologische Entwicklung maßgeblich voran. So brachte die BSH in diesem Jahr als erster Hersteller der Branche mit der Marke Siemens eine komplette Reihe von vernetzungsfähigen Hausgeräten auf den Markt und lanciert damit den Trend zur Home Automation.

## Marketingdaten professionell verwaltet

Neben seiner ehrgeizigen Produkt- und Vertriebsstrategie legt die BSH besonderen Wert auf eine effiziente Marketingunterstützung: Sämtliche Händler weltweit sollen ebenso wie die verschiedenen Abteilungen im eigenen Hause jederzeit optimal mit Bildern, Videos, Texten und sonstigen Marketing- und Kommunikations-Daten versorgt werden. Die Daten stammen aus den unterschiedlichsten Quellen: von Agenturen, Fotografen, Textern, aus der Marketingabteilung oder auch aus dem firmeninternen Warenwirtschaftssystem. Marketingdaten werden in strukturierter Form im zentralen Content-System gepflegt und stehen allen autorisierten Usern für Kataloge, Werbemittel, Datenblätter und Dokumentationen zur Verfügung.

## Eigenentwicklung von Media-Print Digital

Das von Media-Print Digital entwickelte Produktinformationssystem ist das „Herz“ des Marketings. "Mit conneX hatten wir bereits den Vorgänger für das jetzige Media-Center bei BSH entwickelt", blickt der Geschäftsführer von Media-Print Digital, Hans-Joachim Janke, zurück. "Auf dieser Basis haben wir dann allerdings eine neue, inter- und intranetfähige Anwendung unter der Bezeichnung CX30 entwickelt, die bereits seit Ende letzten Jahres bei der BSH im Einsatz ist: In der neuen Mediendatenbank können sämtliche Bilder, Videos und Texte, aber auch Files und Hintergrunddaten für die BSH verwaltet und medienspezifisch aufbereitet werden."

## Neben Daten auch Prozesse definiert

"Wir haben eine komplett neue Software mit zeitgemäßen Funktionalitäten entwickelt - sogar der Bilderstellungsprozess bei Sachaufnahmen ist klar definiert", erklärt Josef Neblich, verantwortlicher Projektmanager von Media-Print Digital BSH in München. „Wenn ein neuer Artikel Warenwirtschaftssystem angelegt wird, wird Media-Center direkt ein Auftrag generiert - entweder für eine Agentur oder einen Fotografen. In diesem Auftrag sind bereits alle Anforderungen an das Bild wie Ansichten, Auflösung und Hintergründe festgelegt, so dass keine Rückfrage mehr notwendig ist. Durch einen automatisierten Workflow erhält der Fotograf seinen Auftrag für die Erstellung von Bildern direkt über das Media-Center." Der Fotograf nimmt im Anschluss das Foto auf und überträgt die Daten in das System per Datenupload.

## Qualität ist oberstes Gebot

Direkt nach der Einstellung der Daten wird das Foto doppelt geprüft: Die fachliche Prüfung erfolgt im Produktbereich, technisch wird das Foto von den Verantwortlichen des Media-Centers genau "unter die Lupe" genommen. Entsprechend den vielfältigen Einsatzgebieten werden die Feindaten über einen in den Workflow integrierten Umwandlungsprozess in definierten Größen und Auflösungen abgespeichert: mit 50 Pixeln für Thumbnails, mit 150 Pixeln für Previews, mit 300 Pixeln für die Anwendungen oder mit 600 Pixeln für eine Detailansicht. Darüber hinaus wird das Originalfile noch einmal in Originalgröße 1:1 als JPG-Preview abgespeichert. Ist das Prüfbild o.k., wird es für das System freigegeben und ist auch für die Datennutzer sofort sichtbar.

## Über 25.000 Bilder gespeichert

Im Media-Center bei der BSH sind derzeit mehr als 25.000 Bilder gespeichert -Produktaufnahmen, Maßzeichnungen, Milieu-, Image- und Pressebilder sowie zukünftig auch Videos. "Wir haben viele Bilddaten aus der alten Bilddatenbank in die neue Software eingeleitet, wobei zusätzlich erforderliche Produktdaten über eine von uns entwickelte Schnittstelle aus dem SAP-Warenwirtschaftssystem übernommen wurden", so Josef Neblich, der seit fast drei Jahren aus der Media-Print Niederlassung München den Kunden BSH betreut. Neben der Konfiguration des Systems ist Neblich verantwortlich für das komplette Projektmanagement und erstellt darüber hinaus in enger Zusammenarbeit mit den Verantwortlichen bei der BSH sämtliche Skripte für die Katalogherstellung.

## Einstieg über Portal oder Marke

Der Einstieg der User in die Media-Center-Anwendung erfolgt über das firmeneigene BSH Portal. Nach der Authentifizierung stehen den Tausenden von Nutzern - Mitarbeitern aus dem eigenen Hause oder Fachhändlern aus ganz Europa - die detaillierten Suchfunktionen zur Verfügung: Sämtliche Produkte können nach Artikeln, Listen, Nummern oder nach Kriterien wie Bild, Zeichnung etc. sortiert werden. Nach der Anzeige des Suchergebnisses kann man sich eine Detailansicht zeigen lassen, die Daten in einen Warenkorb legen oder direkt downloaden. Sind die Bilddaten für einen Download zu groß, werden sie entsprechend der Bestellung auf CD gebrannt, mit einem automatisch generierten Booklet sowie CD-Label versehen und von München aus auf dem Postweg verschickt.

## Enorme Kosten- und Zeitersparnis erreicht

"Wir sind mit den jetzigen Funktionalitäten des Media-Centers sehr zufrieden", so Michael Lindstedt aus dem Zentralvertrieb E-Commerce bei der BSH und Thomas Wölfl, IT-Projektrnanager für das Content-Management-System. "Insbesondere die individuelle Anpassung des Gesamtsystems von Media-Print Digital auf unsere Anforderungen und die Automatisierung der Workflows haben uns überzeugt. Jeder, der die vielfältigen Abläufe in der Marketingabteilung eines Großunternehmens kennt, weiß, wieviel Aufwand durch automatische Prozesse eingespart werden kann." Das Bilddatenmanagement aus dem Media-Center wird nun in den bereits bestehenden Prozess der automatisierten Katalogerstellung integriert. Damit soll eine weitere Kostenreduzierung in der Katalogproduktion erreicht werden. "Wir haben eine enorme Kosten- und Zeitersparnis erreicht, so Michael Lindstedt. "Die Integration der Bilder aus dem Media-Center wird diese positive Entwicklung noch weiter vorantreiben!" Eine Herausforderung, die in den nächsten Monaten sicherlich in enger Zusammenarbeit zwischen der BSH und Media-Print Digital bewältigt wird.

Weitere Infomationen:

Josef Neblich

Media-Print Digital GmbH

Kantstraße 5-13

44867 Bochum

Tel: 02327/307-321

Kontakt-mit-MPD@mpdigital.de



Projektplanung mit Josef Steiger (BSH)