



marconomy

B2B Marketing und Kommunikation

#LeadManagement #ECommerce #CRM #SocialMedia #NewWork #Event&Messe #Sales #Experten

B2B MARKETING DAYS

Bereit für den nächsten Schritt

17./18. Oktober 2018 in Würzburg

[Jetzt anmelden](#)



Anwenderbericht

Website Relaunch – ganzheitliche Digital-Experience im Blick

07.09.18 | Autor / Redakteur: Hannah Winter-Ulrich* / [Georgina Bott](#)

Alles im Blick: Die neue Website von DMG MORI bietet nun eine ganzheitliche Digital-Experience für den User. (Bild: gemeinfrei / [CC0](#))

Um seine neue Corporate-Identity auch im Internet bestmöglich präsentieren zu können, benötigte DMG MORI eine neue Website. Die technologische Basis dafür bildet ein neues Content-Management-System, mit dem die Effizienz der Redakteure gesteigert wird und die Besucher von einer optimalen User-Journey profitieren.

DMG MORI ist ein weltweit führender Hersteller von spannenden Werkzeugmaschinen. Das Angebot umfasst neben Dreh- und Fräsmaschinen auch Advanced-Technologies wie Ultrasonic, Lasertec, Additive-Manufacturing sowie Automatisierungs- und ganzheitliche Technologielösungen. Gemeinsam mit der DMG MORI COMPANY LIMITED ist der Konzern als „Global One Company“ mit über 12.000 Mitarbeitern an 157 Vertriebs- und Servicestandorten – davon 14 Produktionswerke – weltweit präsent. DMG MORI beliefert Kunden aus 42 Branchen in 79 Ländern. Im Kontext gebündelter Vertriebs- und Serviceaktivitäten hat der DMG MORI-Konzern seine Marke einem umfassenden Relaunch unterzogen und das Corporate-Design (CD) modernisiert. Um das optische Erscheinungsbild online umzusetzen, hat Arvato Systems das CD webtauglich gestaltet und das Content-Management-System (CMS) CoreMedia 8 implementiert, so entstand eine [responsive Website mit ganzheitlicher Digital-Experience](#).



Bisheriges CMS stieß an seine Grenzen

Das alte CMS war aufgrund gesteigener redaktioneller Anforderungen und teilweise sehr anspruchsvoller Prozesse nicht mehr effizient genug. Neue Seiten anzulegen, zu veröffentlichen und zu pflegen, verursachte großen Aufwand. DMG MORI betreibt seine Website in 25 Länderversionen und 13 Sprachen. Um Content auf verschiedenen Endgeräten optimal auszuspielen und den gestiegenen Anforderungen Rechnung zu tragen, wünschte sich DMG MORI ein intuitiv bedienbares CMS. Redakteure sollten Inhalte einfach verwalten und veröffentlichen, während Nutzer intuitiv über die Website navigieren und die gesuchten Inhalte schneller finden können sollten.

Enger Zeitplan bis zur Leitmesse

Im Rahmen einer Agenturausschreibung erhielt Arvato Systems den Zuschlag. „Überzeugt haben uns der kreative Ansatz, das Konzept und die Vorschläge zur Umsetzung des Corporate-Designs“, erinnert sich Daniel Piegsa, Leiter Digitales Marketing bei der DMG MORI Global Marketing GmbH. Trotz Know-how und Erfahrung war das Projekt kein Selbstläufer, sondern harte Arbeit. Die Website musste pünktlich zur EMO 2017, der Leitmesse im Werkzeugmaschinenbau, online sein. Für Konzeption, Design-Anpassung, Umsetzung und Rollout blieben nur knapp acht Monate. Darum haben DMG MORI und Arvato Systems großen Aufwand in die Feinkonzeption und agile Umsetzung der Features investiert. Parallel hat das Projektteam Workshops mit allen Stakeholdern durchgeführt und Aspekte wie die Präsentation der Maschinen und die fachliche Tiefe der Darstellung abgestimmt. Zeitgleich hat Arvato Systems mit der kreativen und operativen Umsetzung begonnen.

Agile Methoden für schnelle Fortschritte

Der IT-Dienstleister hat das neue CMS gemäß den Anforderungen von DMG MORI konzipiert, entsprechend angepasst und in Rekordzeit eine optimale Lösung auf die Beine gestellt. Im Rahmen kurzer Sprints hat man das Frontend bedarfsgerecht angepasst und kleinteilige optische sowie funktionale Änderungen einfach und schnell umgesetzt. Wichtige Neuerungen sind neben Templates für Produktdetailseiten auch zwei Kleinanwendungen: Über den [Maschinenselektor](#) können Besucher das Sortiment nach bestimmten Kriterien intuitiv durchsuchen, während das Portal [CNC-Scout](#) gestattet, gebrauchte Maschinen direkt anzufragen.

Anzeige



Automatisierte Prozesse steigern die Effizienz

Daneben profitiert DMG MORI von einem intuitiv bedienbaren, mehrsprachigen CMS, das den Besuchern ein optimales Website-Erlebnis bietet und die Effizienz der Redakteure steigert. „Dank definierter Vorlagen für ganze Baureihen und einzelne Maschinen ist es viel einfacher, Produktdetailseiten anzulegen“, berichtet Piegsa. „Was früher sehr zeitaufwändig war, gelingt heute in wenigen Minuten. Wir müssen nur noch das passende Template auswählen und die gewünschten Inhalte einfügen.“ Gleiches gilt für die Zusammenstellung technischer Datentabellen. Zuvor wurden sie Zeile für Zeile manuell nachgebaut. Heute laden Anwender eine Excel-Datei hoch, und das System generiert automatisch die gewünschte Tabelle. Für einen Zugewinn an Effizienz sorgen auch Suchlisten im Redaktions-Tool: Die Nutzer können Inhalte beim Upload taggen. Dank übersichtlicher Suchlisten lassen sich Teaser automatisch zusammenstellen, da die Lösung auf vorgefertigte Textbausteine zurückgreift und sie bedarfsgerecht kombiniert. Daneben können die Redakteure einen Übersetzungsprozess per Mausklick anstoßen. Erzeugt wird ein Übersetzungsdokument im Standardformat XLIFF, das der Übersetzungsdienstleister erhält. „Der große Vorteil ist, dass Links und andere Verweise erhalten bleiben“, fährt Piegsa fort. Die Übersetzungen fließen dann zurück ins CMS, wo Redakteure sie final überprüfen und veröffentlichen können.



Verschiedene Länderversionen in mehreren Sprachen

Mit dem neuen CMS arbeiten drei Redakteure am Standort München, von wo aus sie das globale Online Marketing planen und betreuen. Inzwischen sind die deutschen und britisch-englischen Sprachversionen sowie die darauf basierenden Länderseiten in der Schweiz, Österreich, den Niederlanden, Belgien, Dänemark, Schweden, Finnland, UK, Kanada, Brasilien und Indien online. Zudem gibt es eine italienische, eine französische, eine US-amerikanische und eine russische Variante. „Derzeit arbeiten wir mit Polnisch, Tschechisch, Spanisch, Türkisch, Chinesisch und Koreanisch parallel an sechs weiteren Sprachversionen“, sagt Piegsa. Mit dem bisherigen Ergebnis ist DMG MORI sehr zufrieden: „Arvato Systems hat den Relaunch perfekt geplant und optimal durchstrukturiert.“ Regelmäßige Abstimmungstermine und die reibungslose Kommunikation waren wichtig, um die enge Deadline einzuhalten.

Ausweitung der Zusammenarbeit

Darum hat Arvato Systems das CMS kontinuierlich weiterentwickeln. Als nächstes sind die Migration der AG-Website und die Analyse der Usability mittels Labortest geplant. Zudem soll sich die Zusammenarbeit auf andere Unternehmensbereiche ausweiten: So wird Arvato Systems ein Bewerberportal für das weltweite Recruiting implementieren. Den „Customer-first“-Servicegedanken ins Netz zu überführen – das ist für DMG MORI keine Zukunftsvision mehr, sondern gelebte Realität.

* Hannah Winter-Ulrich ist Redakteurin aus Offenbach.