

ERFOLGS- GESCHICHTE

hansgrohe

HANSGROHE BESCHLEUNIGTE VERMARKTUNG DANK DAM- PIM-DATENSTROM

Die Hansgrohe Gruppe, führender Hersteller von Armaturen und Brausen für Küche und Bad, setzt seit 2010 auf die CELUM Software. Zwei Faktoren waren dafür entscheidend, die CELUM Content spielend umsetzt: Zum einen die Verwaltung von tausenden Bildern und Marketing-Materialien in unterschiedlichen Sprachen und zum anderen die einfache Distribution der Daten zur Bestückung zahlreicher Websites von Hansgrohe.

HERAUSFORDERUNG – MARKETINGPROZESSE EFFIZIENT GESTALTEN

Hansgrohe, mit Hauptsitz in Deutschland, hat 34 Gesellschaften und 21 Verkaufsbüros in 143 Ländern weltweit. Mit seinen rund 4.800 Mitarbeitern erwirt-

schaftet das Unternehmen einen Umsatz von über eine Milliarde Euro, wovon 77 Prozent im Ausland erwirtschaftet werden. Diese globale Unternehmensstruktur erfordert ausgereifte sowie effiziente Marketing- und Kommunikationsprozesse.

Hansgrohe betreut zwei Produktmarken, gut 19.400 Produkttypen und ca. 50.000 Produktvarianten. Für die mannigfaltigen Daten (Bilder, Zeichnungen, Publikationen) in einer nicht mehr überschaubaren Menge war eine neue digitale Struktur notwendig geworden.

Die Lösung für Hansgrohe ist CELUM Content, welche u. a. folgende Anforderungen erfüllt.

- Marketing: Bereitstellung verschiedener Bildformate für Websites, elektronischen Ersatzteilkatalog, mobile Websites und Architektenplattform
- Technische Dokumentation: Pflege und Verwaltung der Assets für das Produktinformationsmanagement (PIM) sowie deren Verknüpfung
- Kundenservice: Exportmöglichkeiten großer Datenlieferungen, Downloads und Versenden der mit dem Produkt verknüpften Assets an die Kunden

Stefan Vollmer
Business Processes/
Digital Media Hansgrohe SE



„Unsere digitale Architektur ist mit CELUM um einen integralen Baustein erweitert worden und nicht mehr wegzudenken. Denn die Effizienz unserer digitalen Content Supply Chain ist dadurch enorm gestiegen.“

LÖSUNG – SAP COMMERCE & CELUM CONTENT NATLOS INTEGRIERT

2010 ersetzte Hansgrohe seine bestehende Multimediatdatenbank durch CELUM, welches sich zum zentralen Content Hub für Marketing, PR, Kundenservice sowie Technik entwickelt hat. Heute verwaltet die CELUM Lösung rund 200.000 Objekte.

Das Unternehmen führte im Zuge der Implementierung insgesamt 14 Asset-Typen und diverse Informationsfelder ein. So konnte eine bessere Verschlagwortung erreicht und das Finden von Assets für die interne Produktsuche deutlich vereinfacht werden.

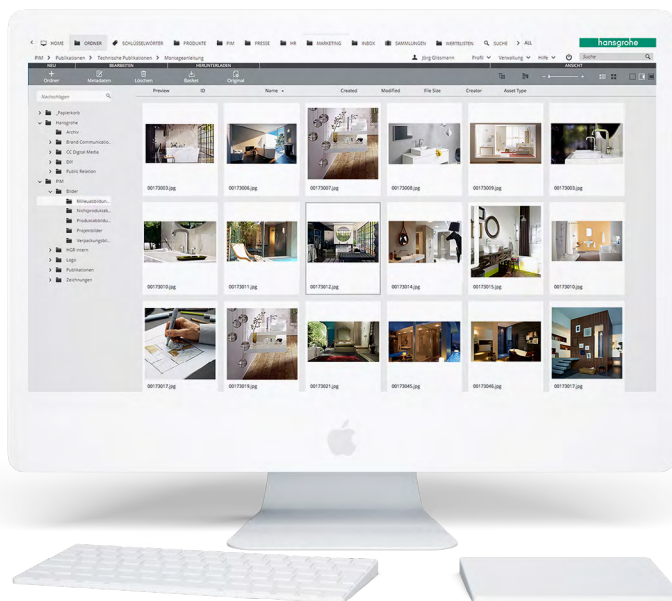
Die CELUM Lösung passt sich perfekt in die digitale Architektur bei Hansgrohe ein. CELUM ist direkt in das PIM-System SAP Commerce integriert, wodurch Produktbilder sowie Anhänge in CELUM verschlagwortet und automatisch mit dem richtigen Produkt/SKU verknüpft werden. Die Ausspielung der dazugehörigen Bilder in verschiedenen Formaten auf die Websites, den elektronischen Ersatzteilkatalog oder die haus-

eigene Architektenplattform laufen nun effizient und reibungslos. Dies ist ein großer Mehrwert, z. B. um Urheberrechtsverletzungen vorzubeugen.

Das Marketingteam und die Public-Relations-Abteilung von Hansgrohe profitieren enorm von der CELUM Einführung. Hansgrohe versorgt mithilfe von CELUM Pin LINK, Journalisten gezielt mit Assets zu den jeweiligen Pressemitteilungen. Darüber hinaus wurde die Verwaltung von Videos vereinfacht und weitere Systeme deutlich entlastet.

HANSGROHE GRUPPE

Mit 34 Gesellschaften und 21 Verkaufsbüros weltweit gehört Hansgrohe zu den wenigen Global Playern der Sanitärbranche. Dieser beschäftigte 2018 rund 4.700 Mitarbeiter(innen) und erzielte einen Umsatz von 1,081 Milliarden Euro. Übrigens: „hansgrohe“ ist neben „AXOR“ eine der Marken, die zur Hansgrohe Gruppe gehören.



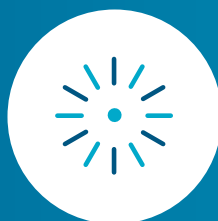
SEIT 2010
KUNDE



200.000
ASSETS



14
ASSET TYPEN



50.000
PRODUKT VARIANTEN



INTEGRATION
SAP COMMERCE