

Content Management im E-Business Umfeld

Thomas Ziesing, Endress+Hauser Consult AG, Reinach/CH

Die Endress+Hauser-Gruppe wurde 1953 von Georg H. Endress und Ludwig Hauser gegründet. Sie gehört mittlerweile weltweit zur Spitzengruppe der Anbieter von Messgeräten und Automatisierungslösungen für die Verfahrenstechnik (unter anderem für Chemie und Petrochemie, Pharma, Lebensmittel, Wasser und Abwasser, Papier, Energie, Öl und Gas) sowie von hochwertigen Leiterplatten. Die Gruppe umfasst heute 24 Produktionsgesellschaften in 9 Ländern, 42 eigenständige Vertriebs- und Servicegesellschaften in 37 Ländern, sowie 7 Verwaltungsgesellschaften. In beinahe jedem Land der Erde sind kompetenter Vertrieb und Service entweder durch eigene Vertriebsbüros oder lokale Vertretungen sichergestellt.

Diese lokale Präsenz und dezentrale Struktur sollte sich auch im Internet-Auftritt der Unternehmensgruppe widerspiegeln. Daher galt es eine Lösung zu finden, die es einerseits erlaubt, für jedes Land eine eigene Homepage aufzubauen, die lokal erstellt und gepflegt werden kann, die aber andererseits trotz dieser Dezentralität die Wiedererkennbarkeit durch ein einheitliches Corporate Design und Corporate Identity gewährleistet. Als technische Plattform wurde bei Endress+Hauser dazu ein Notes Domino-System gewählt. Gründe dafür waren u.a. die Tatsache, dass Notes mit den Replikationsmöglichkeiten über eine Technologie verfügt, die dieses Ziel unterstützt, und dass in nahezu allen E+H-Firmen lokale Notes-Systeme vorhanden sind.

Bei der Evaluierung der am Markt verfügbaren Systeme stellte sich schnell heraus, dass die meisten dieser Anforderungen bereits mit den Grundfunktionen des Tools 'WebWorkman' der Firma SOFTWARE abgedeckt werden konnten. Dieses Tool war der Vorläufer des heute verfügbaren 'Esirion4Web'. Die nicht vorhandenen Features konnten ohne großen Aufwand realisiert werden.

Nach Implementierung und dem Roll-out werden derzeit 29 Länder-Homepages durch die lokalen Vertriebsorganisationen, drei sprachabhängige Produktdatenbanken und 6 Homepages durch die unterschiedlichen Produkt Center sowie zwei weitere Homepages von assoziierten Gruppenfirmen mit Hilfe dieses Tools erstellt und gepflegt. Außerdem ist in drei der Länder-Homepages eine Newsletter-Applikation integriert, die ebenfalls über das Content Management System bedient werden. Insgesamt arbeiten in der gesamten Unternehmensgruppe derzeit rund 200 Personen in dem System. Dabei liegt die Verantwortung für die Struktur der Website und die Inhalte komplett in den jeweiligen Gruppenfirmen. Die Produktinformationen, die sich auf rund 600 Inhaltsseiten verteilen, werden in drei Sprachen direkt von den zuständigen Product Centern erstellt und gepflegt. Jedem Länderauftritt ist je eine dieser Datenbanken zugeordnet, deren Inhalte auf Anforderung dann in der entsprechenden Website angezeigt werden. Damit wird sichergestellt, dass in jedem Land die gleichen Produktinformationen vorhanden sind, und dass die vorhandenen Daten über alle Sprachvarianten inhaltlich identisch sind.

Im Jahr 2001 wurde nun von der Unternehmensführung beschlossen, die bestehenden Homepages um eBusiness-Funktionalitäten zu erweitern. Um diese Ziele zu erreichen, mussten die bestehenden Homepages um weitere funktionale Komponenten ergänzt werden. Dabei stellen die mit dem Content Management Tool Esirion4Web erstellten und gepflegten Länder-Homepages das zentrale Portal dar, in dem alle zur Verfügung stehenden Informationen und Funktionen zugänglich gemacht werden. In ihnen sind alle länderspezifischen Informationen enthalten, die dezentral erstellt und gepflegt werden. Außerdem stellt das CMS mit Hilfe des integrierten Formulargenerators die zentralen Kontakt-, Bestell- oder Anmelde-möglichkeiten zur Verfügung.

Als erstes neues Element kamen länderspezifische Shops dazu. Aus Gründen der Integration und der Synergie wurden hier SAP-Shops realisiert, die auf den SAP-CRM-Modulen basieren. Hier wird ein kommerzielles Umfeld aufgebaut, das alle dazu notwendigen Funktionalitäten beinhaltet, wie z.B. die Kundendaten und -konditionen, Preisfindung oder Produktkonfiguration. SAP wurde deshalb gewählt, weil es das zentrale ERP-System der Unternehmensgruppe ist, in dem auch das 'klassische' Geschäft abgewickelt wird. Dadurch ist es möglich, vollständig auf die darin vorhandenen Daten zurückzugreifen und den eShop vollkommen in die bestehenden Geschäftsprozesse zu integrieren. Als weiteres neues Element wurde eine zentrale Download-Area geschaffen, in der alle produkt- oder prozessbezogenen Dokumente, wie z.B. technische Dokumentationen, Broschüren oder Zertifikate, nach verschiedenen Kriterien gesucht und heruntergeladen werden können. Als technische Basis dafür wurde eine Access-Anwendung gewählt, die mit Cold Fusion webtauglich gemacht wurde. Die Gründe dafür liegen in der angebotenen Datenmenge (> 2 GB), der Anzahl der monatlichen Downloads (rd. 20.000, Tendenz steigend) und in der dadurch zu übertragenden Datenmenge (ca. 8 GB/Monat). Im Interesse der Performance war es deshalb ratsam, die gesamte Anwendung auf einen separaten Server auszulagern.

De Facto reden wir also derzeit von drei unterschiedlichen Systemen mit unterschiedlicher Ausrichtung, die dem User gegenüber allerdings als homogene Webpräsenz erscheinen sollen. Außerdem war gefordert, dass das Login, das im Shop bei bestimmten Transaktionen notwendig ist, auch beim Wechsel über die Systeme hinweg erhalten bleibt (Single-Login).

Thomas Ziesing

ist Corporate Web-Master der Endress+Hauser-Gruppe. In dieser Funktion ist er zuständig für die Einführung und den Betrieb des Content Management Systems weltweit. An der Entwicklung und Einführung gruppenweiter eBusiness-Funktionalitäten hat er einen entscheidenden Anteil.