

MERCEDES-BENZ SCHWEIZ AG

Perfekte Preislisten nach Redesign

Der Name Mercedes-Benz steht für erstklassige Fahrzeuge. Eine perfekte Produktkommunikation ist daher verpflichtend. Ein Redesign war für die Mercedes-Benz Schweiz AG der Auftakt, um die Technologie des Preislistensystems neu aufzusetzen. Der PIM-Experte Stämpfli implementierte mit mediaSolution3 (mS3) die passenden Systemkomponenten und sorgt für das komplette Datenmanagement der Preislisten.





Das Projekt im Detail

Das Unternehmen

«Das Beste oder nichts» lautet der aktuelle Slogan von Mercedes-Benz und beschreibt damit treffend den Qualitätsanspruch des renommierten Fahrzeugherstellers. Die Mercedes-Benz Schweiz AG, eine Tochtergesellschaft der Daimler AG Stuttgart, engagiert sich als Vertriebs- und Marketinggesellschaft für die eingetragenen Daimler-Marken Mercedes-Benz, Maybach und smart bei den Personenwagen sowie für die Marken Mercedes-Benz und FUSO bei den Nutzfahrzeugen. Das Unternehmen koordiniert mit rund 350 Mitarbeitenden die Vertriebs-, Marketing-, Service- und Presseaktivitäten sowie die Schulungen und Ausbildungen der Mitarbeitenden des Handels in der Schweiz und im Fürstentum Liechtenstein. Die schweizerische Organisation hat innerhalb der Daimler AG einen hohen Stellenwert, nicht zuletzt durch die historischen Verbindungen, die bis zu den Anfängen der Marke Mercedes-Benz zurückreichen.

Ausgangslage

Für eine hohe Kundenzufriedenheit achtet das Unternehmen neben erstklassigen Fahrzeugen auf eine perfekte Produktkommunikation. Dazu gehören auch die Preislisten: Jährlich publiziert die Mercedes-Benz Schweiz AG Preislisten für über 30 Baureihen, bis zu dreimal aktualisiert und in drei Sprachen (Deutsch, Französisch, Italienisch). Gesamthaft werden somit bis zu 270 verschiedene Preislisten pro Jahr realisiert. In der Vergangenheit wurde für die Seitenherstellung ein Publikationssystem eingesetzt, welches für die bevorstehenden Anforderungen nicht mehr passte:

2016 stand die Einführung eines neuen Layouts für die Preislisten der Personenwagen im Schweizer Markt an. Das geplante Redesign brachte das bisherige System an seine Grenzen, eine technologische Erneuerung des Systems war daher notwendig. Zudem waren die Anpassungen von Templates stets mit einem hohen Aufwand verbunden, das wollte man künftig vermeiden.

Ziele

Folglich musste eine neue Lösung her: Im Sommer 2015 wurde in einer ersten Voranalyse ein mögliches Erneuerungsszenario skizziert, bei welchem sich Stämpfli für das PIM-System mediaSolution3 (mS3) entschieden hat. Die Einführung des Redesigns wurde als Auftakt für die Systemerneuerung definiert. Die Projektziele waren klar vorgegeben: Das Preislistensystem muss mit modernen Systemkomponenten erneuert werden, wobei die Einführung des Redesigns dabei sukzessive erfolgen soll. Bis zur vollständigen Systemerneuerung muss die Preislistenproduktion in zwei unterschiedlichen Layouts ohne Unterbrechung mit zwei verschiedenen Systemen funktionieren. Daraus ergaben sich entsprechende Anforderungen an das PIM-System mS3: Die Produktinformationen aller Baureihen müssen im PIM-System strukturiert und verwaltet werden. Neben dem Systemaufbau muss ein Generatorkonzept zur Seitenherstellung der Preislisten mit Adobe InDesign vorliegen. Die Datenmigrationen sowie das Hosting und der Betrieb des Systems rundeten den Leistungsumfang ab.

Massnahmen

Die PIM-Experten von Stämpfli machten sich an die Arbeit: Der Projektstart mit einer ersten Voranalyse und Machbarkeitsstudie erfolgte im Sommer 2015. Dann ging es an die Umsetzung: Für die Produkt- und Mediendatenverwaltung wurde mediaSolution3 implementiert. Das Unternehmen programmierte den Printgenerator, für die Ausleitungen wurde ein priint:comet Plug-in für Adobe InDesign installiert. Anschliessend erfolgte eine direkte Printausleitung ab mS3-Sortimenten, zum Einsatz kommen unter anderem Textkonserven und Kategorisierungen von mediaSolution3. Die Umsetzung der Preislisten im Redesign wird sukzessive, also Baureihe für Baureihe, umgesetzt. Das bisherige und das neue Publikationssystem sind parallel im Betrieb, bis sämtliche Baureihen im neuen Design produziert werden können. Die Projektumsetzung war für das Stämpfli Team eine spannende Aufgabenstellung, die aber auch knifflige Herausforderungen mit sich brachte: Zum einen gab es die Aufrechterhaltung der beiden Preislistenproduktionen zu bewältigen, die parallel im bestehenden und im neuen Layout in Betrieb waren und gleichzeitig gesteuert werden mussten. Zum anderen erfolgte das Redesign nicht nur in neuem Layout, sondern auch mit überarbeitetem Inhaltskonzept. Es gab stark heterogene Inhaltsumfänge sowie eine unterschiedliche Anzahl an Modellen pro Baureihe und Preisliste. Stämpfli löste die Anforderungen in bester Zusammenarbeit mit dem Unternehmen und stellte dazu ein ausgesuchtes Projektteam zusammen.



Mercedes-Benz

Das Beste oder nichts.

Branche:	Automobilindustrie Fahrzeughersteller
Mitarbeitende:	350
Sortiment:	ca. 30 Baureihen, jeweils bis zu 22 Modelle, ca. 15 000 Ausstattungsartikel
Gründung:	1972 in Schlieren ZH
Stämpfli Kunde seit:	2012

Ergebnisse

Im Herbst 2016 war es dann so weit: Die ersten Preislisten im neuen Look sowie unter neuem System wurden erstellt. Neben dem neuen Layout punkten die Unterlagen mit einem adaptierten Inhaltskonzept. Die Nutzung von Adobe InDesign als Layoutprogramm ermöglicht eine qualitativ hochwertige Darstellung. Dank dem PIM-System mS3 können Updates, zum Beispiel bei Preisinflationen, rasch berücksichtigt werden, die Händler haben somit stets aktuelle Preislisten zur Verfügung.

«Die neuen Preislisten sind moderner gestaltet und logischer im Aufbau. Sie machen es sowohl Kunden als auch Händlern einfacher, sich in der Fülle an Ausstattungspaketen und Sonderausstattungen zurechtzufinden und ihr Fahrzeug zu konfigurieren.»

CARSTEN RENZIEHAUSEN – LEITER PRODUKTMANAGEMENT,
PLANUNG UND VERKAUFSFÖRDERUNG, MERCEDES-BENZ
SCHWEIZ AG

Als nächste Schritte sind diverse Systemerweiterungen geplant: Aufbau von Textkonserven für ein effizienteres Übersetzungsmanagement, Implementierung von weiteren Seitentypen zur automatisierten Seitenerstellung sowie laufende Systemoptimierungen durch Softwareupdates. Die Zusammenarbeit zwischen Stämpfli und Mercedes-Benz geht jedoch über die Einführung eines PIM-Systems hinaus: Das Datenmanagement für die Preislisten wird weiterhin komplett durch Stämpfli betreut. Das Unternehmen bietet damit einen perfekten Full-Service rund um Product Information Management an.

Ziele

- Zentrale und skalierbare Produktdatenbank für alle Baureihen der Personenwagen
- Effiziente und automatisierte Seitenherstellung der Preislisten
- Regelmässige Aktualisierungen, flexibles Reagieren z.B. bei Preisinflationen
- Berücksichtigung der Sprachen, einfache Anbindung von Übersetzungen
- Qualitätssteigerung sämtlicher Medien- und Produktdaten

Highlights

- Schlanke und schnelle Publikationsprozesse, weitgehende Automatisierungen
- Berücksichtigung aller Anforderungen von Inhalt und Form des Redesigns
- Vollumfängliche Bearbeitungsmöglichkeiten mit Adobe InDesign nach Seitengenerierung
- Automatisierte Sprachimporte für Übersetzungen in Französisch und Italienisch
- Integriertes und effizientes Mediendatenmanagement

Massnahmen

- Konzeption des neuen Preislistensystems
- Datenüberführung vom alten Preislistensystem zu mediaSolution3
- Printausleitungen zum Layoutprogramm Adobe InDesign
- Eine sukzessive Einführung des neuen Designs, also Baureihe für Baureihe
- Parallele Produktion von altem und neuem Layout, bis sämtliche Baureihen mit dem neuen Design produziert werden
- Einfaches Übersetzungsmanagement



KONTAKT



Simon Lattmann
Berater Publikationssysteme
Tel. +41 31 300 69 96
simon.lattmann@staempfli.com

Stämpfli AG
Wölflistrasse 1
Postfach
3001 Bern
Tel. +41 31 300 66 66

Husacherstrasse 3
8304 Wallisellen-Zürich
Tel. +41 44 309 90 90

www.staempfli.com
www.mediasolution3.com