

## Case Study



# Alle Marketingmaterialien weltweit verfügbar

ZEISS unterstützt mit BrandMaker die Implementierung eines einheitlichen Markenerlebnisses

Kunde  
**ZEISS Gruppe**

Branche  
**Optische und optoelektronische Industrie**

Mitarbeiter  
**rund 30.000 weltweit**

Lösung  
**BrandMaker  
Digital Asset Manager**

„Mit BrandMaker ist es uns gelungen, unsere vormals heterogene Systemlandschaft zu konsolidieren und unser Marketingmaterial an allen Standorten und für unsere Vertriebsgesellschaften weltweit schnell und einfach über eine zentrale Plattform verfügbar zu machen.“

**Dimitrios Koulakiotis**, Head of Tools & Infrastructure, Corporate Brand and Communications, ZEISS



# Effizientes Marketing- und Medienmanagement-System



## Fakten

Ca.

### 10.000

aktive Nutzer weltweit, davon ca. 7.000 interne und 3.000 externe Accounts (Agenturen, Distributoren, Händler)

Ca.

### 60.000

Assets insgesamt im System

### 15–20.000

Downloads pro Monat

Bis zu

### 1.500

Uploads pro Monat

Bis zu

### 24.000

Log-ins pro Monat



## Herausforderung

Konsolidierung heterogener Datenbanken, um Marketingmaterial möglichst effizient an alle Standorte weltweit inklusive der ZEISS Vertriebsgesellschaften zu verteilen.



## Ergebnisse

- Schnelle und einfache internationale Distribution von Marketingmaterialien
- Kosteneinsparungen von bis zu 50 % bei einzelnen Marketingprozessen (beispielsweise bei der Erstellung von Visitenkarten)

## Über ZEISS

ZEISS ist ein weltweit führendes Technologieunternehmen der optischen und optoelektronischen Industrie. In den vier Sparten Industrial Quality & Research, Medical Technology, Consumer Markets und Semiconductor Manufacturing Technology erwirtschaftete die ZEISS Gruppe zuletzt einen Jahresumsatz von über 6,4 Milliarden Euro (Stand: 30.09.2019).

## Eine Plattform für weltweites digitales Asset Management

Nahezu alle Unternehmensbereiche der ZEISS Gruppe arbeiten weltweit seit 2012 mit dem BrandMaker Digital Asset Manager. Davor gab es bei ZEISS eine sehr heterogene, historisch gewachsene Systemlandschaft, in der die verschiedenen Unternehmensbereiche eigene Bilddatenbanken im Einsatz hatten. Nach einem fundierten Auswahlprozess wurde BrandMaker als SaaS-Anbieter von ZEISS ausgewählt, um eine zentrale Asset-Management-Plattform aufzubauen. Ziel war es, die ständig wachsenden Mengen an Marketingmaterial für die Mitarbeiter an allen Standorten und in allen Vertriebsgesellschaften einfach und effizient verfügbar zu machen.

## Abdeckung unterschiedlichster Anwendungsfälle

So facettenreich wie die einzelnen Sparten bei ZEISS sind auch die Anwendungsfälle im Bereich Marketing. Diese reichen von kleineren Anforderungen, wie der Suche eines Bildes zur Platzierung auf der Webseite, bis hin zum Einsatz kompletter Marketingkampagnen. Ein wichtiger Anwendungsfall ist beispielsweise die Übersetzung von bestehendem Marketingmaterial in die Landessprache einer Vertriebsgesellschaft. Dabei ist es manchmal erforderlich, Drittsysteme über eine API direkt mit dem Digital-Asset-Management-System zu verbinden, um das benötigte Material schnell und in der finalen Qualität zur Verfügung zu stellen.

Darüber hinaus müssen Vertriebsmitarbeiter über diverse mobile Geräte wie Smartphone oder Tablet an jedem Ort der Welt auf die benötigten Informationen zugreifen können, um direkt im Kundengespräch beispielsweise die aktuellste Produktbrochure, die laufende Kampagne oder den neusten Flyer präsentieren zu können.

## BrandMaker Module im Einsatz bei ZEISS

Um die Verteilung seiner Marketingmaterialien zu konsolidieren, startete ZEISS mit dem BrandMaker Digital Asset Manager, der den Media Pool beinhaltet und schon kurz darauf mit Web-to-Publish und Marketing Shop ergänzt wurde. Seither bestellt ZEISS beispielsweise Visitenkarten über den Marketing Shop und mit Web-to-Publish direkt beim Druckdienstleister. Im Laufe der Zeit wurden die Single-Sign-On-Anbindung sowie Media Pool Mobile eingeführt, um die Vertriebsmitarbeiter mit einer mobilen App auszustatten. Außerdem kam das Digital Marketing Center hinzu, mit dem ZEISS Deep Links erstellen und verwalten kann. Das heißt, das Unternehmen publiziert Assets in der Cloud, was auch in Bezug auf die Integration anderer Applikationen einen großen Mehrwert darstellt.

Als erster Kunde hat ZEISS 2016 sein derzeitiges Übersetzungssystem mit der BrandMaker Marketingplattform verknüpft. Die Integration einer Vielzahl von Softwareprodukten und Systemen übernimmt in diesem Zusammenhang BrandMaker Fusion. So werden bei ZEISS zum Beispiel die benötigten Adobe-InDesign®-Dateien im BrandMaker System angelegt und dort auch die entsprechenden Projektparameter, Deadlines, Workflows etc. definiert. Die ausgewählte Datei, die übersetzt werden soll – eine Broschüre, ein Datenblatt, ein Magazin o. Ä. –, wird über eine Schnittstelle an das Übersetzungssystem geschickt, in dem sowohl die Übersetzung als auch die Review- und Freigabeprozesse stattfinden.

Nach Freigabe wird das Zielsprachendokument in das BrandMaker System zurückgespielt und automatisch im BrandMaker Digital Asset Manager gespeichert. Weltweit sind bei ZEISS bis zu 20 Sprachen im Einsatz.

Da die Reporting-Anforderungen rund um einen Download immer größer werden, nutzt ZEISS intensiv die Berichtsmöglichkeiten, die im BrandMaker Reporting Center angeboten werden.

### Videointegration auf allen Kanälen

2017 führte ZEISS mit dem Moving Images Connector eine gemeinsam mit BrandMaker entwickelte API ein, die die Distribution von Videos vereinfacht. Auch dabei kommt BrandMaker Fusion zur nahtlosen Integration zum Einsatz. Moving Images wird von ZEISS als Streaming-Dienstleister genutzt, um Videos in diversen Formaten über eine URL verfügbar zu machen. Das BrandMaker System fungiert in Bezug auf die Videos als Archivplattform. Diese werden darin hochgeladen und gelangen über die API zu Moving Images. Hier werden die Videos in den unterschiedlichsten Formaten bereitgestellt und mit Links versehen, die in das BrandMaker System zurückgespielt werden. Diese Links können dort herauskopiert und von den Anwendern frei verwendet werden – für Social Media, die Webseite, eine E-Mail, einen Newsletter, für verschiedenste Kanäle. Die Videos werden über die entsprechenden Links aufgerufen. Ein direkter Download ist nicht mehr notwendig.

### Einfacher Zugriff auf brandkonforme Assets

Das größte Projekt in jüngster Zeit ist die Einführung des ZEISS Brand Portals, das 2018 gelauncht wurde. In diesem Portal ist alles rund um das Thema Marke inklusive CI-Richtlinien über Corporate Design bis hin zur Farbpalette und zur Typografie hinterlegt. Es bildet die Anlaufstelle für alle Mitarbeiter rund um die Markenkommunikation von ZEISS und ist direkt über eine Schnittstelle mit dem BrandMaker Digital Asset Manager verbunden. Das Portal kam bei ZEISS so gut an, dass es auch in China 2019 zum Rollout kam – in der Landessprache.

### Management Tausender Assets weltweit

Das gesamte BrandMaker System wird bei ZEISS sehr gut angenommen. Die Anzahl der Assets, die im ZEISS Media Asset Management (MAM) – so der interne Name des BrandMaker Systems bei ZEISS – hinterlegt sind, ist beeindruckend. „Konzernweit haben wir über alle Unternehmensbereiche hinweg knapp 60.000 Assets aktuell im System, davon ca. 10.000 Adobe-InDesign®-Dokumente, die wir international zur Verfügung stellen – vom technischen Datenblatt bis hin zur Werbekampagne oder Broschüre“, berichtet Dimitrios Koulakiotis, Head of Tools & Infrastructure, Corporate Brand and Communications bei ZEISS.

„Durch die Konsolidierung wissen wir, welche Länder welche Materialien einsetzen, und können so unsere neuen Kampagnenmaterialien besser koordinieren.“

Dimitrios Koulakiotis, Head of Tools & Infrastructure, Corporate Brand and Communications, ZEISS

„Wir stellen sehr viel Bildmaterial zur Verfügung, insbesondere für Webseiten oder um weiterführendes Marketingmaterial zu erstellen, so zum Beispiel Keyvisuals oder Produktfotografie für die Produktkommunikation. Wir nutzen das BrandMaker System darüber hinaus auch als Bilddatenbank, in der wir bereits eingekauftes Material unter anderem für Präsentationen der einzelnen Unternehmen bereithalten.“ Aktuell nutzen rund 10.000 aktive Nutzer das System täglich, davon sind ca. 7.000 interne Mitarbeiter und 3.000 externe Accounts von Agenturen und Händlern weltweit. Pro Monat kommt ZEISS somit auf 15.000 bis 20.000 Asset Downloads.

### Messbare Vorteile

Als großen Vorteil von BrandMaker sieht Koulakiotis die Erkenntnisse, die durch die weltweite Nutzung gewonnen und für die Optimierung weiterer Planungen genutzt werden können: „Durch die Konsolidierung wissen wir, welche Länder welche Materialien einsetzen, und können so unsere neuen Kampagnenmaterialien besser koordinieren. Früher wussten wir nicht konkret, welches Asset der Erfolgstreiber einer Kampagne ist – die Broschüre oder die Videoanimation oder das Onlinebanner. Heute zeigen uns die Downloadzahlen, dass wir uns in einzelnen Ländern beispielsweise stärker auf Onlinemaßnahmen konzentrieren sollten. Dadurch können wir die nächsten Kampagnen deutlich effizienter und erfolgreicher planen.“

Der Erfolg schlägt sich auch in messbaren Zahlen nieder: Eine Kostenanalyse der ZEISS Visitenkartenproduktion über das BrandMaker System ergab im Vergleich zum früheren, manuellen Prozess eine Einsparung von mehr als **50 Prozent**.

„Wir können die nächsten Kampagnen deutlich effizienter und erfolgreicher planen.“

Dimitrios Koulakiotis, Head of Tools & Infrastructure, Corporate Brand and Communications, ZEISS

### Positive Resonanz der Anwender

Durch die Konsolidierung der Plattformen in einem einzigen System wurde die tägliche Arbeit der Nutzer bei ZEISS um einiges erleichtert. Die benötigten Assets lassen sich heute wesentlich leichter finden, die Mitarbeiter müssen sich nicht mehr mit unterschiedlichen Passwörtern in verschiedenen Systemen einloggen. Sie können außerdem sicher sein, immer das aktuellste, markenkonforme und qualitätsgeprüfte Material zu bekommen. Die Arbeit mit dem System erfolgt seit seiner Einführung nach einem Key-User-Konzept, sodass es für die Nutzer weltweit immer einen Ansprechpartner gibt. Alle Themen werden direkt an das Customer Success Management von BrandMaker zurückgespielt, mit dem ZEISS in regelmäßigem Kontakt steht, um neue Anforderungen einzuspielen, das System kontinuierlich zu optimieren und gemeinsam neue digitale Entwicklungen voranzutreiben.

### BrandMaker ist der führende Softwareanbieter für effektives Marketing Resource Management.

Die BrandMaker Lösung macht das Marketing zum Powerhouse für Unternehmen. Sie ermöglicht Marketingleitern, ihre Budgets, Mitarbeiterworkflows, Kampagnen und die Performance zu optimieren sowie die Komplexität des globalen Marketings zu bewältigen. Die Enterprise Marketing Plattform des international agierenden MarTech-Spezialisten unterstützt die effiziente Zusammenarbeit von Marketingteams über Abteilungen, Unternehmen, Ländergrenzen und Kulturen hinweg. Forrester und Gartner stufen BrandMaker daher als Spitzenreiter im Bereich MRM ein. Mehr als 300 Unternehmen mit über 100.000 Anwendern, die auf der ganzen Welt mehr als zwei Millionen Assets und etwa 20 Milliarden Euro verantworten, vertrauen BrandMaker seit Jahren, darunter die Deutsche Bank, Daimler, Carl Zeiss, Shell und Bayer.

# Unleash Your Marketing Superpowers!

## Kontaktieren Sie uns.

+49 721 97791-000 oder  
[info@brandmaker.com](mailto:info@brandmaker.com)

BrandMaker GmbH  
Rüppurrer Straße 1  
76137 Karlsruhe, Germany



[www.brandmaker.com](http://www.brandmaker.com)