

**Diese Fallstudie beschreibt ein umfangreiches Projekt der esolut GmbH für die Julius Blum GmbH. Das Gesamtprojekt enthält die Entwicklung des neuen Online-Designs, die Informationsarchitektur und die Programmierung eines internationalen Unternehmensauftritts mit CMS sowie im Extranet ein Produktinformationssystem mit Anbindung an die bestehende Produktdatenbank und ein Auftragsinformationssystem mit Durchgriff auf Blums weltweite ERP-Systeme.**



Blum Produktspektrum: Scharnier- und Auszugssysteme

Die Julius Blum GmbH ist ein führender Hersteller von Möbelbeschlägen in Höchst/Österreich. In zweiter Generation hat das Familienunternehmen mit 3.700 Mitarbeitern im letzten Geschäftsjahr ca. 590 Mio. € Umsatz erreicht. Neben Produktionsstätten im heimischen Österreich wird in den USA und in Brasilien gefertigt. Groß geworden ist Blum durch die Fertigung von Scharnier- und Auszugssystemen. Mittlerweile hat sich das Produktspektrum stark den neuen Marktanforderungen angeglichen. Es reicht heute von der Herstellung kompletter Organisationssysteme bis hin zu Verarbeitungshilfen für Möbelbeschläge. Durch die konsequente Fortentwicklung konnte sich Blum für herausragendes Design und Funktionalität zahlreiche Auszeichnungen sichern, wie z. B. diverse „reddot design awards“.

Durch den über 50-jährigen, hohen Qualitätsanspruch an die hauseigene Produktentwicklung und -fertigung bewegt sich das Vorarlberger Beschlägeimperium seit jeher im anspruchsvollen Marktsegment. Klassische Kunden sind internationale Küchenproduzenten und Handwerker, die über den Beschlägefachhandel bedient werden. Der Schwerpunkt der Marktkommunikation zielt heute direkt auf die B2B-Zielgruppe(n). Es zeichnet sich jedoch auch ab, langfristig den Endkunden Informationsmöglichkeiten und Lösungsvorschläge z.B. über das Internet anzubieten.

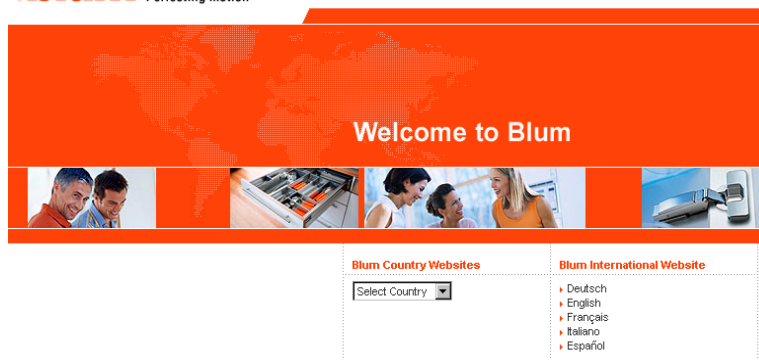
Blum legt als führender Beschlägehersteller ein kontinuierliches Umsatzwachstum an den Tag. Dies in einem an sich schrumpfenden Markt zu erzielen, setzt eine ständige enge Beziehung zu den Märkten voraus. Durch innovatives Denken hat man die Produktpalette erweitert und so Blums Anteile an einem Möbel erhöht. Einen ähnlich vorausschauenden Ansatz verfolgt Dr. Ploner, Geschäftsführer der Blum GmbH, in der IT-Unterstützung der Vertriebs- und Marketingaktivitäten. Ziel ist, den Marktorganisationen, den industriellen Kunden, dem Handel sowie den Handwerkern schneller und zu jeder Zeit alle verfügbaren Informationen über Produktstandards, Lieferverfügbarkeiten sowie Montagemöglichkeiten bieten zu können. Dafür realisieren mehrere Projektteams im österreichischen Höchst aktuelle IT-Konzepte mit dem Ziel, die Informations- und Prozessqualität zu verbessern und damit den Blum-Kunden mehr Nutzen anbieten zu können.



Blum Geschäftsführer  
Herr Dr. Ploner



© Blum



Schon zu Beginn des Internet-Booms war Blum im weltweiten Netz vertreten. Zwar mit relativ einfachen technischen Mitteln, aber bereits mit einer internationalen Firmeninformationsplattform. Die stete Weiterentwicklung der Internettechnologien wollte man sich im Jahr 2002 im Hause Blum zu Nutze machen und den entstehenden Mehrwert den verschiedenen internen und externen Zielgruppen zur Verfügung stellen.

Diese ersten Gedankengänge waren somit der Startschuss für eine neue Dimension der Nutzung internetbasierter Technologien als Werkzeuge zur effizienteren Gestaltung von Prozessen. Überlagertes Ziel war dabei, mit einer Investition in

Eintrittsseite des Blum Portals mit Länder- und Sprachenauswahl

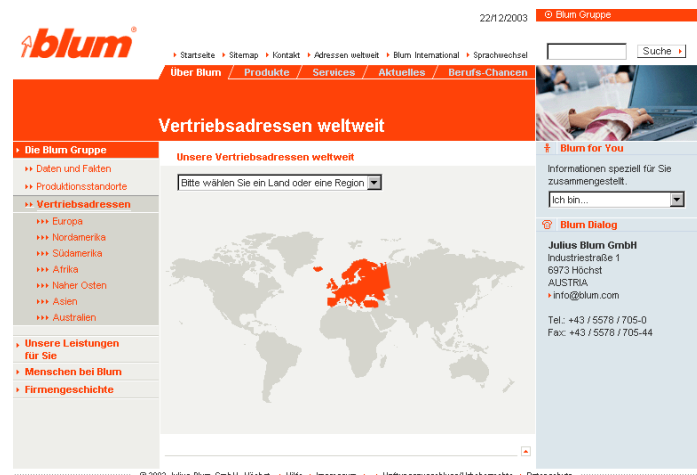
internetbasierte „Vertriebs- und Marketingtools“ samt zugehöriger Middleware eine zusätzliche IT-Infrastruktur aufzubauen. Diese erlaubt, flexibel auf unterschiedliche Plattformen und Anwendungen zuzugreifen – und dies transparent, d.h. quer über bisherige nationale Systemgrenzen hinweg.

Allem voran lag ein Hauptaugenmerk für diese zusätzliche IT-Infrastruktur darin, einen neuen zielgruppenorientierten Unternehmensauftritt mit dynamisch generierten Inhalten auf internationaler Ebene zu schaffen – mit der Möglichkeit, Inhalte selbst inhouse pflegen zu können. Die Bereitstellung dieser geballt verfügbaren Informationen sollte aus einem gemeinsamen Informationspool kommen, der eine komplexe Datenbanklösung für Produktinformationen ebenso nützt wie Texte und Bilder aus dem neu einzuführenden Content Management System. In einer weiteren Ausbaustufe – sie befindet sich bereits im Probetrieb – hat man sich zum Ziel gesetzt, als Extranet ein Auftragsinformationssystem mit Anbindung an 14 weltweit verstreute ERP-Systeme zu realisieren.

In einem Auswahlverfahren für die Umsetzung dieser Vorstellungen entschied man sich auf der Seite Webtechnologie nach intensiven Mitbewerbervergleichen für das in München ansässige Unternehmen esolut. Herr Dr. Ploner beschreibt die nicht ganz einfache Entscheidung wie folgt: „Für uns entscheidend war die starke Marktorientierung und der technisch nachvollziehbare, tiefgehende Ansatz von esolut. Sympathisch war für uns auch die Unternehmensgröße. Wir sahen viele Übereinstimmungen in der Art und Weise, wie wir an ein Projekt dieser Größenordnung herangehen wollten. Es ist sicher auch so, dass wir neben den harten und rationalen Fakten das persönliche Auftreten und Engagement der esolut-Mitarbeiter sehr schätzten und uns auch deshalb für den mittelständischen Webtechnologie-Umsetzer entschieden.“ Die Projektteams auf Kunden- sowie Agenturseite arbeiteten von Anfang an eng am Zeitplan zusammen und konnten dadurch auch die eine oder andere Terminverschiebung entsprechend abfangen. „Durch die Priorisierung auf entscheidende Projekttermine, wie Online-Schaltung des Unternehmensauftritts zu Beginn der für uns sehr wichtigen Messe Interzum 2003 wurden markante Meilensteine gesetzt, an denen der Projektfortschritt für alle sichtbar wurde. Wir konzentrierten uns auf überschaubare Schritte in der Planung und Umsetzung, auch wenn dies in einen oder anderen Fall zu Anpassungen der ambitionierten Ziele führte.“, so der Geschäftsführer. Von Anfang an war für Ploner klar, dass die Mitarbeiter bereits ab Einführung des CMS auch in dieser Anwendung geschult werden mussten. Das Blum'sche Webtechnologieteam umfasst bis zu zehn Mitarbeiter, wobei für den redaktionellen Bereich aktiv drei Personen dafür sorgen dass die Fachwelt auf das Know-how über das Internet zugreifen kann.



Homepage der Blum-Gruppe auf deutsch



Auswahlseite für weltweite Vertriebsadressen

Die Anpassung an die zum Anschluss der ERP-Systeme vorgegebene Integrationsschicht sowie ein flexibles Reagieren auf notwendige Anpassungen im Projekt waren ein „Must“ im Projektanlauf und sind es noch heute. Technisch entschied man sich für das CMS Interwoven Teamsite, den IBM Websphere Application-Server, das Java-Framework Struts und für eine Oracle Datenbank. Die Programmierungen wurden in HTML / DHTML / JSP, Java / XML incl. einiger Flashanimationen ausgeführt (siehe: [www.blum.com](http://www.blum.com)).

Die Projektlaufzeit betrug knapp eineinhalb Jahre mit mehr als 8 Personenjahren Agenturleistung. Die Frage nach dem ROI beantwortet Dr. Ploner mit dem Hinweis auf den strategischen Charakter dieses Projektes: „Parallel zur Entwicklung dieser Anwendungen schaffen wir uns das Potential zur Realisierung zukünftiger

