

## **PRESSEMITTEILUNG**

### **(M)eine Quelle für Produktinformationen**

#### **Mercedes-Benz setzt auf Single Source Publishing**

Stuttgart, 15.04.2010. 16 aktuelle Baureihen, pro Baureihe bis zu vier verschiedene Varianten wie Cabrio oder Coupé. Allein im Jahr 2010 zwei Neuanläufe und zwei Modellpflege, verkauft in ca. 200 Ländern – diese Zahlen machen deutlich, wie viele Publikationsprozesse von Mercedes-Benz gesteuert werden müssen. Produktmarketing, Vertrieb oder Kommunikation benötigen deshalb einen schnellen, verlässlichen und benutzerfreundlichen Zugriff auf vielfältige Produktinformationen wie technische Daten oder Maßzeichnungen, um dieser komplexen Aufgabe gerecht zu werden. In einer übergreifenden Zusammenarbeit der betroffenen Unternehmensbereiche hat Mercedes-Benz gemeinsam mit NOLTE&LAUTH und T-Systems ein neues System eingeführt, um diesen Anforderungen gerecht zu werden: Single Source Publishing, kurz SSP.

Die Idee hinter SSP ist dabei so einfach wie genial. Bisher trugen die Verantwortlichen jeder Publikation bei Mercedes-Benz ihre Information selbst zusammen. Dies bedeutete einerseits einen hohen Aufwand, andererseits führte es zu teils unterschiedlich kommunizierten Informationen. SSP ermöglicht die Erstellung unterschiedlichster Publikationen mit Inhalten, die aus einer einzigen Datenquelle stammen. Dieses Datenmanagement steigert nicht nur die Qualität von beispielweise Preislisten, Verkaufsbroschüren, Presseinformationen, dem Produktinformationssystem der Händler oder dem Internetauftritt von Mercedes-Benz, sondern steigert auch die Effizienz der Prozesse und optimiert so den Ressourceneinsatz. „*SSP bildet ab sofort die einheitliche Datenquelle für Marketing-, Vertriebs- und Kommunikationsmaßnahmen*“ erläutert die für die SSP-Implementierung verantwortliche Abteilungsleiterin für Produktinformation Pia Herkewitz.

Für die Umsetzung von Single Source Publishing arbeitete Mercedes-Benz mit zwei erfahrenen Partnern zusammen. NOLTE&LAUTH unterstützte beratend im Projektmanagement und mit Konzeptionsleistungen. Gemeinsam mit dem Implementierungspartner T-Systems wurde der Medienerstellungsprozess von Mercedes-Benz auf die neuen Möglichkeiten durch SSP angepasst. NOLTE&LAUTH war darüber hinaus an der Prozessmodellierung, der Frontendkonzeption sowie den hierfür notwendigen Content-Management-Prozessen beteiligt. Das dabei zum Einsatz kommende System „Product Information Tool“ (PIT) lieferte T-Systems. Mit diesem Tool und T-Systems als Partner arbeitet Mercedes-Benz bereits lange erfolgreich zusammen. Der seitens Mercedes-Benz für die Koordination und Steuerung der beiden Partner zuständige Teamleiter Timo Fürtsch äußerte sich sehr zufrieden über die Zusammenarbeit: *„Sowohl T-Systems als auch NOLTE&LAUTH haben maßgeblichen Anteil an der erfolgreichen Umsetzung von SSP.“*

(2.788 Zeichen)

**Über NOLTE&LAUTH ([www.nolteundlauth.de](http://www.nolteundlauth.de)):**

NOLTE&LAUTH schafft mit der Mischung aus Unternehmensberatung und Digital-Agentur die USP's Integrationsfähigkeit, Komplexitätsmanagement und Digital Creative mit dem Fokus auf komplexe und stark konzeptionelle Projekte. Und liefert damit Lösungen für Kommunikationsaufgaben, die nicht mehr nur mit kreativen Ideen bedient werden können. Mit aktuell 50 Mitarbeitern an den Standorten Stuttgart, Berlin und Frankfurt zählt NOLTE&LAUTH zu den Top 5 der am schnellsten wachsenden Digital-Agenturen in Deutschland.