

cavok**INTEGRIERTES
MEDIENMANAGEMENT****DAM-SYSTEM UND WERBEMITTELERSTELLUNG BEI DEHNER**

Auf einen Blick

Dehner Garten-Center & Zoo nutzt seit Jahren das Digital Asset Management-System cavok von Peak-14 und hat es konsequent in die eigene Systemumgebung und die hauseigenen Workflows integriert. Was anfangs vornehmlich als Lösung zur Verwaltung von Mediendateien diente, wird heute als wichtiger Baustein für die Werbemittelerstellung genutzt.

Einer der jüngsten Entwicklungsschritte bei Dehner war die Integration von cavok in das Medienproduktionssystem Neoseven.

Dieser Anwenderbericht gibt Ihnen einen Überblick wie cavok von einer reinen Verwaltungssoftware zu zum wichtigen Baustein für die Werbemittelerstellung wurde.



Dehner erntet die Früchte seines integrierten Medien-Managements

Die Dehner Garten-Center GmbH & Co. KG (www.dehner.de) mit Zentrale in Rain bei Augsburg und über 125 Gartenmärkten in Deutschland und Österreich ist die größte Gartencenter-Gruppe Europas. Durch konsequente Kundenorientierung hat sich das Familienunternehmen mit über 70-jähriger Geschichte zum Branchenführer entwickelt.

Dehner ist nun schon in der dritten Generation inhabergeführt und verfolgt nach wie vor eine Firmenphilosophie, die auf Qualität und fachkundige Beratung baut. Mit ihren mehr als 5.000 Mitarbeitern erzielte die Dehner-Gruppe 2016 einen Umsatz von insgesamt 691,4 Millionen Euro.



Überblick über die Bilddateien

Die Beschäftigung mit dem Thema Digital Asset Management (DAM) bei Dehner begann, als Anne Hahnenstein von einem Verlag zu dem Gartenspezialisten wechselte, um dort die Werbeleitung zu übernehmen. Inzwischen verantwortet sie das gesamte Dehner-Marketing. „In Verlagen machen Bilder und Texte quasi das Produkt aus, im Handel sind es nur die erweiterten Artikelstammdaten“, sagt Hahnenstein, „aber genauso wie in Verlagen braucht es in werbetreibenden Handelsunternehmen eine sinnvolle Medienverwaltung.“

Sonst macht man teure Shootings und findet am Ende die Bilder nicht wieder oder muss dieselben Lizenzierungsfragen immer wieder neu klären. Und bei Dehner sind manche Bilder im 14-tägigen Rhythmus immer wieder für Werbung im Einsatz“, so Hahnenstein weiter. „Teilweise stammen die Produktbilder aus dem Einkauf – oft von den Herstellern selbst – und zum großen Teil aus dem Marketing. Um eine zentrale Verwaltung unserer Medien zu realisieren, haben wir darum mit einer Marktrecherche zu DAM-Systemen begonnen.“



Ein integrierbares DAM-System

Die Wahl fiel auf das DAM-System „cavok“. Hersteller von cavok ist die Peak-14 GmbH, die zur Peak-Gruppe in Darmstadt gehört. Argumente, die aus Sicht von Dehner für cavok sprachen, waren eine gute Präsentation, das spürbare Engagement des Herstellers und die Preiswürdigkeit der Lösung. Neben dem klassischen Anwendungsgebiet eines DAM-Systems – dem zentralen Verwalten von Daten – enthält cavok ausgeprägte Features, um Workflows zu automatisieren und Dubletten zu vermeiden.

Die große Stärke von cavok ist jedoch, dass es sich tief in andere Programme wie Webshops, Designprogramme oder CMS-Systeme integrieren lässt. Die Architektur von cavok basiert auf einem SOAP-Server (Simple Object Access Protocol) – getreu dem Motto: cavok hat keine API, es ist eine. An den reduzierten Kern von cavok schließt sich eine Schicht mit quelloffenen Modulen an: Dies verleiht cavok eine Anpassungs- und Integrationsfähigkeit, wie sie kaum ein anderes DAM-System aufweist.

Die automatisierte Werbemittelerstellung

„Es war für uns schon ein Weg, bis wir das System in unsere spezifische IT-Welt integriert hatten, aber es hat sich ausgezahlt“, findet Hahnenstein. „Wir haben das System genutzt, um unsere speziellen Anforderungen abzubilden. cavok ist jetzt ein zentraler Baustein für unsere automatisierte Werbemittelerstellung. Und die Oberfläche der Lösung ist intuitiv bedienbar – was sehr gut ist, denn die Anwender bringen unterschiedliche Vorkenntnisse mit.“

Heute verwenden mehr als ein Dutzend Mitarbeiter aus dem Marketing cavok. Hinzukommen rund 20 Kollegen aus dem sogenannten Category Management bei Dehner – Mitarbeiter, die für die diversen Produktsortimente verantwortlich sind und ebenfalls Produktfotos, Grafiken und Texte ins System laden.

Aber auch etliche Dienstleister und Agenturen von Dehner nutzen das zentrale DAM-System – im Austausch mit dem Marketing. Derzeit greifen rund 95 externe Redakteure, Grafiker und Fotografen auf cavok zu.



cavok hat keine API, es ist eine. An den reduzierten Kern von cavok schließt sich eine Schicht mit quelloffenen Modulen an.

Bidirektionaler Austausch mit Neoseven

Auch Lars Schöne, im Dehner-Marketing Leiter Kampagne und Strategie, betont die wichtige Rolle, die cavok spielt: „Im Grunde ist es heute der zentrale Unterbau für den Umgang mit allen Medien-Assets bei uns im Unternehmen. 2015 haben wir das Medienproduktionssystem Neoseven eingeführt, ein Produkt der Heidelberg-Gruppe. Wir haben cavok als unsere zentrale Bildverwaltung an Neoseven angebunden.“ Entsprechend findet heute ein bidirektionaler Austausch von Bildern, Metadaten oder Bildveränderungen zwischen dem DAM-System und Neoseven statt. „Für unsere Werbemittelerstellung haben wir inzwischen einen definierten Medienprozess realisiert“, erklärt Schöne. Viele Agenturen und Dienstleister arbeiten dabei direkt in cavok.

Workflows auch für Externe

Agenturen recherchieren beispielsweise im Bestand nach geeignetem Bildmaterial, laden sich ein Bild als Tif-Datei herunter, bearbeiten sie als Psd-Datei in Photoshop und laden sie dann wieder zurück ins DAM-System. Um diesen Vorgang zu vereinfachen und Dubletten zu vermeiden, hat Peak-14 eigens einen Workflow mit Austauschmechanismus realisiert, der es auch bei Formatwandlungen ermöglicht, bearbeitete Dateien noch klar zu identifizieren und zuzuordnen.

Auch ein Freigabeworkflow für die Medien-Assets, die von den Agenturen kommen, ist in cavok realisiert. Dabei ist es möglich, Assets nur für bestimmte Nutzergruppen freizugeben.



Handelsprintwerbung von Dehner

Monatliche und wöchentliche Beilagen

„Klassische Handelsprintwerbung ist für uns sehr wichtig“, sagt Anne Hahnenstein. „Unsere Beilagen werden sehr individuell und hochwertig umgesetzt.“ Gleichzeitig hat Dehner mit dem neuen Workflow, in dem cavok das führende Bildsystem ist, die Frequenz seiner Werbemittelproduktion nochmals erhöhen können.

„In der Saison schalten wir wöchentliche Verteilungen, Neueröffnungen und marktindividuelle Versionen kommen hinzu“, berichtet Hahnenstein. Früher steckten die Texte dafür in simplen Word-Dateien – jetzt sind die relevanten Textbausteine direkt mit den entsprechenden Bildern in Neoseven verknüpft.

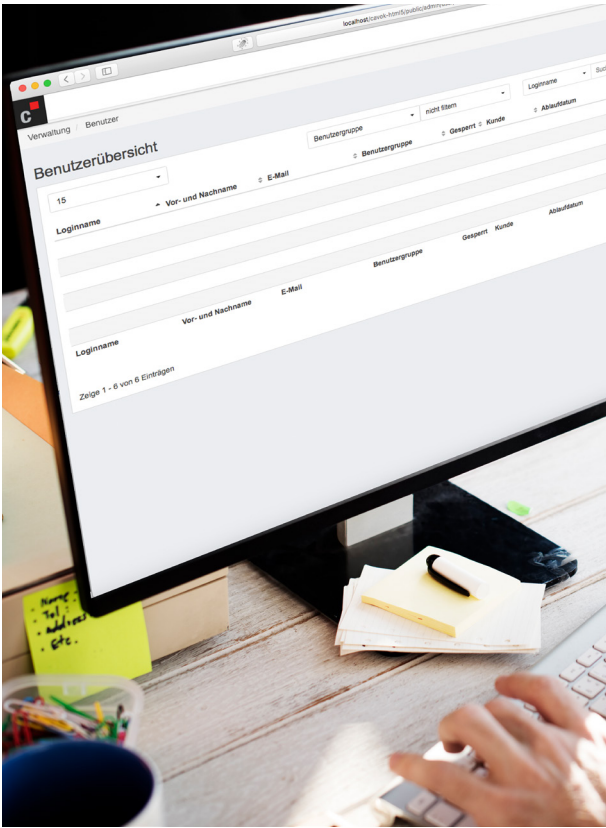
Bedienbarkeit muss einfach sein

Auch das Feedback der Nutzer ist positiv – zumal der Schulungsaufwand gering war. „Die Bedienung von cavok muss ähnlich einfach sein wie die der öffentlich zugänglichen Bildportale“, meint Hahnenstein. „Die intuitive Bedienbarkeit ist ein Pluspunkt“, stimmt Lars Schöne ihr zu, „im Grunde

müssen wir in Schulungen nur einige Basics erklären, wie etwa das Ein- und Ausblenden von Funktionen.“

Zu den neueren Features zählt, dass Anwender Bilder aus cavok jetzt auch direkt in ihrer Desktop-Umgebung öffnen können, etwa in Photoshop. „cavok hat sich gut bei uns etabliert“, findet Schöne.





Komplexe Nutzerverwaltung

Es existiert zudem eine recht umfangreiche Nutzerverwaltung, was durch eine neue Unternehmensstruktur erforderlich wurde – einzelne Geschäftsbereiche konnten im System klar getrennt werden. „Die neue Nutzerverwaltung ist den Kollegen von Peak-14 gut gelungen“, sagt Schöne.

Auch der Umstieg auf die neuere Version cavok 4.0 hat sich 2017 bezahlt gemacht. „Durch die neue Version sind die Zugriffszeiten optimiert und die Performance verbessert“, berichtet Schöne, „und auch ein paar nützliche grafische Anpassungen hat es gegeben.“

Die Zugriffsrechte auf Dateien können präzise gesteuert werden.

DAM für die Zukunft

Es steht fest, dass das DAM-System mit den Ansprüchen von Dehner in Zukunft weiter wachsen kann. So spielen auch Film und Bewegtbild eine immer größere Rolle im Dehner-Marketing. Aktuell produziert Dehner bereits Filme für YouTube, etwa Anwenderspots und Tutorials. „Filme lassen sich intuitiv in cavok hochladen“, berichtet Schöne, „das macht Anwendern das Leben relativ leicht.“

Ein weiteres Thema: eine mögliche zukünftige Anbindung von cavok an die Shopplattform von Dehner. Die Voraussetzung dafür ist da. Schon jetzt hat Dehner für eine einheitliche Bildernamensstruktur und Verschlagwortung gesorgt, intern wie extern.

„Ein DAM-System wie cavok eröffnet sehr viele Möglichkeiten“, so Anne Hahnenstein abschließend. „Wir als Händler können noch einiges tun, um das voll auszuschöpfen.“



Über PEAK-14

PEAK-14 in Darmstadt ist der Hersteller des DAM-Systems cavok. Die Firma ist Teil der PEAK Unternehmensgruppe, eines Firmenverbunds mit Schwerpunkten in der Software- und Elektronikentwicklung für Automotive- und Home Automation-Anwendungen. PEAK-14 ist in der Gruppe der Spezialist für Medien-IT. Die gesamte Entwicklung des Systems cavok findet an zwei Standorten in Deutschland statt.

Der erste Entwurf für ein Vorgängersystem entstand vor zehn Jahren aus Erfahrungen mit am Markt befindlichen DAM-Systemen, die Entwicklung fand im Wesentlichen in den letzten fünf Jahren statt.

Zudem ist PEAK-14 Premiumsponsor des SV Darmstadt 98 und engagiert sich gemeinsam mit dem Verein für soziale Projekte im Raum Darmstadt.

KONTAKT

PEAK-14 GmbH
Clemens Molinari
Otto-Röhm-Straße 69
64293 Darmstadt

T +49 (6151) 629 44-20
E info@peak-14.de
www.peak-14.de
www.cavok.pro

