

# Softwaregestütztes Marketing für optimale Teamarbeit

Franz Haas optimiert weltweites Marketing-Management mit BrandMaker Marketing Planer



## FRANZ HAAS ▪ MONDOMIX ▪ STEINHOFF

Die Haas Gruppe, der Weltmarktführer im Waffel- und Keksanlagenbau, setzt zur Optimierung seiner Marketing-Prozesse seit Mitte 2009 das Marketing Ressource Management (MRM)-System BrandMaker ein. Mit dem Marketing Planer aus der MRM-Lösungs-Suite koordiniert die Haas Gruppe von der österreichischen Zentrale aus ihr weltweites Marketing – mit den Tochterunternehmen in Dänemark und den Niederlanden einerseits und den Niederlassungen in Brasilien, China und in den USA andererseits. Im Marketing Planer organisiert der Maschinenbauer seine Kampagnen- und Budgetplanung, importiert Rechnungsdaten über eine SAP-Schnittstelle und erstellt detaillierte Auswertungen und Reports zur Erfolgsmessung.

Die Franz Haas Waffel- und Keksanlagen-Industrie GmbH mit Hauptsitz im österreichischen Leobendorf ist Weltmarktführer im Waffel- und Keksanlagenbereich. 1905 als klassische Bau- und Maschinenschlosserei in Wien gegründet, hat das Familienunternehmen in den 50er Jahren Pionierarbeit im Waffel- und Keksanlagenbau geleistet. Heute ist die Haas Gruppe ein internationales Maschinenbau-Unternehmen mit den Tochterunternehmen Haas-Meincke mit Sitz im dänischen Skovlunde, Experte für Keksanlagen, und Haas-Mondomix in EA Almere, Niederlande,

spezialisiert auf Anlagen für belüftete Produkte wie Schaumküsse. Niederlassungen, die die Marke Franz Haas auf den nationalen Märkten vertreten, gibt es im brasilianischen Curitiba, in Richmond, Virginia, und in Shanghai. Die drei Dependancen und auch die Tochterunternehmen betreiben ein lokales und themenspezifisches Marketing, das von der Zentrale in Leobendorf koordiniert wird. Das internationale Marketing-Team besteht aus insgesamt zehn verantwortlichen Mitarbeitern – fünf in Leobendorf und je einem Marketing-Chef vor Ort. Um die Marketingprozesse zwischen der Zentrale und den Tochterunternehmen und auch dem Headquarter und den weiteren Standorten effizienter zu gestalten, suchte Franz Haas nach einer Software, die die Planung, Budgetierung, Durchführung und Auswertung aller Marketing- und Kommunikationsaktivitäten der Firmengruppe

### Anwenderprofil Haas Gruppe:

Die Haas Gruppe ist eine österreichische Firmengruppe in Familienbesitz mit Niederlassungen in Brasilien, USA, China und den Niederlanden. Darüber hinaus ist sie in etwa 60 Ländern mit Handelsvertretungen präsent. Zum Produktportfolio der Gruppe zählen Waffel-, Keks- und Tütenbackanlagen sowie Anlagen für Convenience Food.

### BrandMaker Module im Einsatz:

- ✓ BrandMaker Marketing Planer

vereinfacht und damit eine Optimierung operativer und administrativer Abläufe im Marketing ermöglicht. Die Lösung fand man im „Marketing Planer“ von BrandMaker.

### **Zentrale Datenhaltung verbessert Teamarbeit**

Bislang arbeiteten die Marketing-Verantwortlichen der Haas Gruppe mit Microsoft Excel. Doch bedingt durch das Unternehmenswachstum wurden die Marketingprozesse immer komplexer und Excel war nicht mehr länger das geeignete Werkzeug, um den gewachsenen Anforderungen in einer vernünftigen Zeit gerecht zu werden. Denn als Einzelplatzlösung erschwerte Excel auch das Arbeiten im Team – ohne zentrale Datenbasis mussten sich die Mitarbeiter ständig abstimmen und aktualisierte Daten hin- und herschicken. „Dass wir in überregionalen Teams zusammenarbeiten, hat interne Abstimmungen doch sehr verkompliziert“, erläutert Thomas Breg, Leiter Marketing und Pressesprecher der Haas Unternehmensgruppe. „Deshalb benötigten wir unbedingt eine Software, die Daten zentral in einer einzigen Lösung speichert, sodass wir stets auf aktuelle und konsistente Daten zugreifen können.“



### **Entscheidung für BrandMaker fiel sofort**

2008 startete Franz Haas deshalb eine gründliche Recherche nach einer geeigneten Lösung zur Projekt- und Budgetplanung. Die Anforderungen waren hoch: Das neue Tool sollte eine zentrale Sammlung von Informationen und deren Verarbeitung im Team

ermöglichen. Zudem sollte es einen transparenten Überblick über alle laufenden Marketing-Projekte und ihre jeweiligen Budgets geben, geplante Aktivitäten in Zeitleisten anzeigen, leicht und komfortabel zu bedienen sein und an das ERP-System von SAP angebunden werden können. „Der Marketing Planer von BrandMaker war die einzige Lösung, die all unsere Anforderungen bereits im Standard abdeckte“, erinnert sich Breg.

### **Prozesse kontinuierlich verfeinern**

Nach der Implementierungsphase erfolgte die Inbetriebnahme im Sommer 2009. „Seitdem verfeinern wir unsere Marketing-Vorgänge und deren Abbildung im Marketing Planer kontinuierlich“, sagt Breg. „Da es bei uns keine starren Prozessdefinitionen gibt – wir arbeiten flexibel und themenorientiert –, ist es für uns eine große Erleichterung, dass uns der Marketing Planer die Möglichkeit gibt, Prozesse in der Lösung weiter zu optimieren. Dadurch wird die Qualität unseres Marketings immer besser.“ Denn werden Projekte – wie etwa bei der Jahresplanung – anfangs nur grob definiert, verfeinert Franz Haas seine Aktivitäten-Planung im Daily Business kontinuierlich. Zu jeder Aktivität, wie etwa Standardkommunikation, Channel Management, Strategische Projekte oder Kampagnen, haben die Marketers im Marketing Planer einen Ast angelegt, der sich gemäß einer Baumstruktur in weitere Unteräste gliedert. Auf jeder Ebene findet sich eine Übersicht über Projekte und Budgets, den Ist-Stand, Arbeitsanweisungen und Aufgabenverteilungen. „Unser Marketingplan umfasst inzwischen 1.200 Zeilen. Ohne eine gute Struktur und die Möglichkeit, Projekte bis ins Detail zu untergliedern, könnten wir unsere Aufgaben heute überhaupt nicht mehr bewältigen“, erklärt Breg. Außerdem profitiert die Marketingabteilung des Maschinenbauers davon, dass einmal erstellte Timelines und Budgetpläne als Grundlage für die Planung kommender Aktivitäten dienen: „Wir können heute die bestehende Planung

für Aktionen, die wir regelmäßig durchführen – wie etwa Mailings oder Messebesuche – einfach für ein neues Projekt übernehmen“, so Thomas Breg. „Diese Copy-and-paste-Funktion versetzt uns auch in die Lage, die komplette Jahresplanung einfach in das nächste Jahr zu übertragen. Einzelne Maßnahmen müssen wir dann nur noch anpassen.“

### **Daten importieren, filtern und auswerten**

Über eine Schnittstelle ist der Marketing Planer an das ERP-System von SAP angebunden. So können Rechnungsdaten aus SAP automatisch in das MRM-System importiert werden. Der Marketing Planer stellt dann Planbudgets und Ist-Kosten transparent gegenüber, berechnet automatisch Budgetsummen und Restbudgets, prüft die Daten auf etwaige Inkonsistenzen und warnt bei Abweichungen, beispielsweise beim Überschreiten vorgesehener Budgets. Zudem liefert der Marketing Planer sowohl über Budgets als auch über geplante Maßnahmen detaillierte Auswertungen und Reports. Mithilfe zahlreicher Filter, wie beispielsweise Kosten, Mitarbeiter, Produkte, Veranstaltungen oder Länder, lassen sich die Daten in der Auswertung beliebig kombinieren und aus unterschiedlichen Perspektiven betrachten. Die Reports werden dann auf Knopfdruck ausgegeben und lassen sich zur weiteren Nutzung, etwa für Präsentationen, auch als PDF- oder Excel-Datei exportieren.

### **Internationaler Rollout ist abgeschlossen**

Der Marketing Planer ist für Franz Haas ein optimales Organisationswerkzeug. Seit Februar 2011 ist der internationale Rollout in Dänemark, den Niederlanden, Brasilien, China und den USA abgeschlossen. „Die physische Anbindung unserer Niederlassungen an die Zentrale in Österreich war ein langwieriger und komplexer Vorgang“, sagt Breg. „Aber gemeinsam mit BrandMaker ist uns die Anbindung ganz gut gelungen.“ Heute hat Franz Haas seine Projekte besser und kompakter im Überblick als

zuvor. „Wir können Prozesse im Marketing Planer nicht nur definieren und abbilden, sondern Projekte auch ohne großen Zeitaufwand nachverfolgen, da der Marketing Planer einfach und intuitiv zu bedienen ist“, so Breg. „Da unser weltweites Marketing heute auf Informationen zugreifen kann, die in einer einzigen Lösung zentral gespeichert sind und dort aktuell vorliegen, hat sich das Risiko, dass Fehlinformationen kommuniziert werden, sehr stark reduziert. Unsere Marketingabteilung arbeitet heute einfach deutlich schneller und transparenter.“



### **Über BrandMaker**

Die BrandMaker GmbH mit Hauptsitz in Karlsruhe ist der führende Anbieter von Marketing Resource Management-Systemen (MRM) in Europa und beschäftigt europaweit rund 150 Mitarbeiter. Die BrandMaker GmbH ist ein Pionier im Bereich Marketing-Prozess-Optimierung. BrandMaker vermarktet bereits seit 2001 sein gleichnamiges MRM-System, das den Bedarf der Marketing- und Kommunikationsabteilungen großer, dezentral strukturierter Organisationen abdeckt. BrandMaker ist eine umfangreiche, modular aufgebaute MRM-Lösung, die die komplette Marketing-Prozesskette optimiert, das Marketing operativ entlastet und die Produktivität im Marketing deutlich steigert. BrandMaker Module gibt es unter anderem für die

automatisierte Erstellung von Online- und Printmedien – letzteres per Web-to-Print –, für das Media Asset Management, die softwaregestützte Marketingplanung und die Markenstrategie. Das zweite zentrale Produkt der BrandMaker GmbH ist der BrandMaker Marketing Planer SaaS – die erste komplett webbasierte Marketing-Planungs-Software in Deutschland.

Zu den namhaften Unternehmen, die die BrandMaker Lösungen in ihren Marketingabteilungen einsetzen, zählen unter anderen Commerzbank, DekaBank, Ernst & Young, EnBW, G+J EMS, Opel sowie Tirol Werbung.

**Kontakt:**

BrandMaker GmbH  
Yasemin Czechowski  
Rüppurrer Straße 1  
76137 Karlsruhe  
[www.brandmaker.com](http://www.brandmaker.com)

Telefon: +49 (721) 2012 519-24

Fax: +49 (721) 2012 519-98

E-Mail: [yasemin.czechowski@brandmaker.com](mailto:yasemin.czechowski@brandmaker.com)