



# «Weg vom Ordnerdenken hin zu Marketing 4.0»

*Während die produzierende Industrie schön langsam im Industrie-4.0-Zeitalter ankommt, verharnt die digitale Informationsaufbereitung und -darstellung vieler Unternehmen immer noch auf bescheidenem 2.0-Niveau. Das ist zumindest die Meinung von Tobias Heimpel. Mit seiner Web-Lösung möchte er die Unternehmen fit machen für die zukünftigen digitalen Herausforderungen. Die «Technische Rundschau» war neugierig und hat sich das Konzept der Digital-Experience-Plattform «Ares4» erklären lassen.*

**H**err Heimpel, was steckt genau hinter der Technologie und Plattform Ares4?

Mit der Technologie einer Digital-Experience-Plattform wie Ares4 werden neue Geschäftsmodelle durch neues Denken im Unternehmen angestoßen. Denn wer kontextbasiert agieren will, kann sich nicht länger in starren Ordnungsstrukturen bewegen, sondern muss lernen, Komplexität zuzulassen und Entscheidungen zu treffen: Welche Produkte sind mit welchen Services und möglicherweise anderen Produkten und Leistungen verknüpft, und wie lassen sich Informationen miteinander zielführend in welchen Kollektionen zusammenfassen? Flexibilität und Agilität stehen auf der Tagesordnung. Am Ende bedeutet Digital Experience wohl, dass ein Unternehmen das Heft wieder in die Hand nehmen muss, um sich im Informationszeitalter zu unterscheiden und nicht alleine auf Google und Konsorten vertrauen.

*Starke Worte ...*

Übrigens ist das nach Ansicht der Caymland Technologies AG, die für die Ares4-Einführung in der Schweiz verantwortlich zeichnet, ein Lernprozess, den man lieber heute als morgen in den Marketingabteilungen der Industrieunternehmen durchmachen sollte.

Was hat Sie überhaupt bewogen, so eine Fundamentalkritik zu formulieren?

Zwischen der Fähigkeit der Herstellung und der Darstellung, also Vermarktung von Gütern, klaffen grosse Lücken in diesen Zeiten. Auf der einen Seite gibt es die Kleinserienfertigung auch in der Massenproduktion, die Individualisierung im laufenden Produktionsprozess oder 3D-Modelle und 3D-Druck für Einzelteile. Auf der anderen Seite finden wir statische Webseitendarstellungen und Servicecenterlösungen vor, die von Besucherorientierung sowie aktivem und intelligentem Vertriebsansatz weit entfernt sind. Selbst innovative Produktinformationssysteme mit Webshop-Funktionalität verbessern die Situation nicht. Automation im Marketing: Fehlanzeige; auch wenn es um die schnelle und unkomplizierte Auslieferung von kundenorientierten Einzelinformationen über ein digitales Portal geht.

Wie sieht Ihr Lösungsansatz aus?

Warum nicht von der eigenen Fertigung und der Idee Industrie 4.0 auch in der Darstellung lernen und grundlegend neu denken? Das Thema heisst Steuerung und individuelle, besucherorientierte Auslieferung von Informationen. Die Grundlage: Wissensmanagement und die Fähigkeit mit unstrukturierten Daten umzugehen sowie Strukturen



**Tobias Heimpel, Verwaltungsrat Caymland Technologies AG:** «Unser Credo lautet: Dynamische und kontextgesteuerte Digitalpräsenzen ohne Programmierung erstellen, als Webseite oder App immer passend für die verschiedensten Ausgabemedien.» (Bild: Heimpel)

und Hierarchien dynamisch erstellen zu können. Also weg von starren Sitemaps und hierarchischen Menüs, weg vom Ordnerdenken; Marketing 4.0 realisieren und das Informationsangebot nach Besucherinteresse oder via IoT-Sensorik steuern. Im Ergebnis haben wir mit Ares4 für Anwender auf beiden Seiten – Editor und Besucher einer Webseite – ein komplett neues Bedienkonzept entwickelt.

*Das klingt erst einmal sehr abstrakt. Wo sehen Sie den USP von Ares4?*

Anfang 2017 wurde die erste Version unserer Digital-Experience-Plattform vorgestellt, die mehr ein Wissens- oder Orientierungssystem, denn ein Contentmanagementsystem ist. Unser Credo lautet: Dynamische und kontextgesteuerte Digitalpräsenzen ohne Programmierung erstellen, als Webseite oder App immer passend für die verschiedensten Ausgabemedien, agil steuerbar mit Informationen, die aufgrund von Relevanz und Kontext selbst zueinander finden. Die Lösung ist eine kontextbasierte Steuerung, also die Möglichkeit, beliebige Verknüpfungen zwischen Informationen herzustellen. Die Idee: relevante Informationen finden zueinander, lassen sich frei miteinander in Kollektionen zusammenfassen und vielfältig publizieren. Damit lässt sich ein Wissens- und Orientierungssystem ohne technische Vorkenntnisse aufbauen,

das später via Webseite sowohl intern wie auch extern publiziert werden kann. Denn nicht nur die Kunden, auch die eigenen Mitarbeiter finden längst nicht mehr die notwendigen Informationen. Der Zugriff auf das eigene Wissen geht heute in vielen Unternehmen über Google schneller und einfacher. Das müssen wir ändern.

*Wobei das gezielte Suchen nach Informationen immer noch die grosse Herausforderung im www-Dickicht darstellt.*

Dabei fällt immer wieder der Begriff «Serendipity» – also die Idee vom Etwas-suchen und Etwas-anderesfinden. Dieses Stöbern ist neben der gezielten Suche einer der Stärken von Ares4. Entdecken aufgrund von Zusammenhängen kann denn auch als gezielte Marketingtaktik vom anbietenden Unternehmen gesteuert werden, beispielsweise, weil ungewöhnliche, einzigartige oder einfach nur logisch nachvollziehbare Verknüpfungen der Informationen stattfinden.

*Wie könnte eine praktische Umsetzung für interessierte Unternehmen aussehen?*

Damit Unternehmen nicht mit einem neuen System wieder bei Null anfangen müssen, kann Ares4 auch als «Sichtsystem» eingesetzt werden. Dabei wird die bestehende Webseite weiter geführt, lediglich der Blick auf die Informationen wird mit anderen Sichtweisen und in anderen Kollektionen dargestellt. Dieses Sichtsystem erlaubt einen einfachen Einstieg oder Übergang und ist nach unserer Ansicht keinesfalls eine Zwischenlösung. Und vor allem: Dies nicht zu einem Preis und einer Anwendungskom-

**ProzessPiraten GmbH**

DE-89077 Ulm, Tel. +49 731 962 87-0  
info@prozesspiraten.com

plexität, die nur noch Konzerne und Grossunternehmen in den Genuss einer solchen und zukünftig notwendigen Lösung kommen lässt. (pi) ■

*Folgende Webseiten sind auf Basis der Digital-Experience-Plattform Ares4 konzipiert: mebgroup.ch, arcasa-wohnbau.de, hands-on.works*



## Noch stärker im Heben. Noch stärker für Sie.

Überall, wo etwas hergestellt wird, müssen Materialfluss- und Logistikaufgaben gelöst werden, in einem grossen Industrieunternehmen ebenso wie in einem kleinen Handwerksbetrieb. Als führender und kompetenter Spezialist in Kran- und Fördertechnologie, verfügen wir – auch Dank der Exklusivvertretung von ABUS für die Schweiz und Liechtenstein – über langjährige Projekterfahrung.

Auf der oberen Materialflussebene sorgen Standard- und Spezialkrane, zusammen mit den passenden Hebezeugen, für einen reibungslosen Transport. Auf der unteren Materialflussebene übernehmen Wand- und Säulenschwenkkrane den Transport der Güter; komplexe Materialflusslösungen werden durch Hängebahnsysteme optimiert. Elektro-Kettenzüge, Portalkrane und Leichtportalkrane runden unser vielseitiges Programm ab.

Seit 1954 sind wir der grösste Schweizer Kranbauer und eine renommierte Adresse für einen professionellen Kundendienst 24 / 7.

[www.brunmartidytan.ch](http://www.brunmartidytan.ch)

