

Sonova's Multi-Brand-Strategie: Einheitliches Content Management

Ziel der Sonova ist die eigenständige Positionierung von mehreren Marken auf dem Hörgeräte-Markt. Die zentrale Herausforderung ist dabei, trotzdem von Synergien profitieren zu können. Mit der Einführung von Microsoft® Office SharePoint® Server als einheitlicher Plattform für die Bewirtschaftung sämtlicher Internetauftritte der Einzelmarken schafft Sonova Skaleneffekte. Sie erreicht damit eine Balance zwischen individuellem Auftritt und standardisierter Infrastruktur.

Sonova – innovative Lösungen rund um das Thema Hören

Hören verbindet Menschen auf der ganzen Welt. Das Bedürfnis nach Kommunikation und das Angebot an Audioinhalten wie Sprache und Musik steigen stetig an und damit auch die Bedeutung des Hörens. Bedingt durch das höhere Lebensalter und schädliche Umwelteinflüsse leben immer mehr Menschen mit eingeschränktem Hörvermögen. Erst jeder Fünfte macht heute von professionellen Hörlösungen Gebrauch. Deshalb will Sonova die breite Öffentlichkeit für die Wichtigkeit des Hörens sensibilisieren, die sozialen und emotionalen Konsequenzen von Hörverlust aufzeigen und über Lösungen informieren. Im Rahmen der **Hear the World**-Initiative von Phonak, ein Unternehmen der Sonova Firmengruppe, machen sich berühmte Persönlichkeiten wie Plácido Domingo, Harry Belafonte, Joss Stone, Bobby McFerrin und Bryan Adams für besseres Hören stark. Ziel: Die Menschen an die Wichtigkeit des Hörens erinnern und ihnen nahe legen, bewusster und vorsichtiger mit ihrem Gehör umzugehen. Alle Aktivitäten sind vor dem Hintergrund dieser Entwicklung geprägt von der fundamentalen Verpflichtung, das individuelle Hörvermögen und Sprachverständnis zu verbessern und damit unzähligen hörgeschädigten Menschen weltweit zu mehr Lebensqualität zu verhelfen.

Sonova steht für innovative Lösungen rund um das Thema Hören. Die finanzkräftige, global tätige Firmengruppe verfolgt eine Wachstumsstrategie und setzt auf Innovation, Kundennähe und pro-aktive Kostenkontrolle. Die Sonova Firmengruppe ist einer der drei grössten Anbieter von Hörsystemen weltweit, Marktführer in der drahtlosen Kommunikation für audiologische Anwendungen und Anbieter von professionellen Lösungen



Plácido Domingo, Botschafter von Phonak.

zum Schutz des Gehörs. Das Unternehmen ist in über 90 Ländern präsent und beschäftigt weltweit rund 4000 Mitarbeitende, davon 38% in Amerika, 21% in der Schweiz, 23% im übrigen Europa und 18% im asiatisch-pazifischen Raum. Die Sonova erwirtschaftete

im Geschäftsjahr 2006/07 einen Umsatz von 1073 Milliarden Schweizer Franken bei einem Gewinn von 243 Millionen Schweizer Franken. Der Vertrieb erfolgt über das eigene Grosshandelsnetzwerk und unabhängige Vertriebspartner. In ausgewählten Ländern besitzt die Gruppe Einzelhandelsgeschäfte.

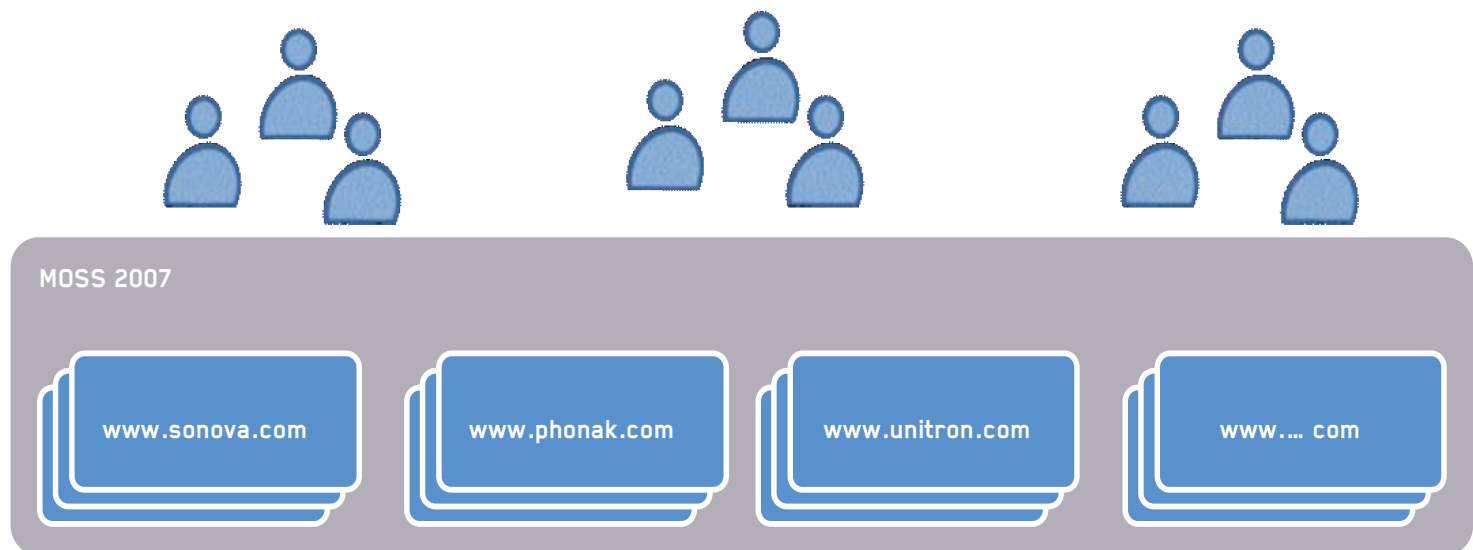
Brand-Clustering schafft Synergien zwischen Einzelmarken

Die parallele Marktbearbeitung mit mehreren Marken ermöglicht dem Unternehmen eine breite Marktabdeckung durch die flexiblere Reaktion auf heterogene Kundenbedürfnisse. Ziel der Sonova ist die eigenständige Positionierung jeder einzelnen Marke. Die klare Abgrenzung sorgt für einen prägnanten Auftritt jeder Einzelmarke. Dadurch wird verhindert, dass sich die Marken untereinander kannibalisieren. Gefahr der Individualisierung der Marken sind hohe Kosten und negative Skaleneffekte. Dieser Herausforderung begegnet die Sonova mit einem eigenen Ansatz – dem so genannten Brand-Clustering: In ausgewählten Bereichen konzentriert Sonova die organisatorischen und finanziellen Ressourcen, indem alle Einzelmarken so weit als möglich auf standardisierte Prozesse und Systeme zurückgreifen, ohne dabei ihre Individualität aufs Spiel zu setzen.

The screenshot shows the Sonova website interface. At the top right is the 'sonova' logo. Below it is a search bar and navigation options like 'Top Seiten' and 'Top Downloads'. A main banner features a landscape with a small airplane and the text 'PIONEERS IN HEARING'. Below the banner is a news section with two articles: 'Phonak Holding AG heisst neu Sonova Holding AG' and 'Aktienrückkaufprogramm - Start am 20. Sept. 2007'. A navigation menu on the left includes 'Über Sonova', 'Investoren', 'Medien', and 'Unser Engagement'. On the right, there are sections for 'Kontakt', 'Feedback', and 'Aktienkurs'. At the bottom, there is a footer with copyright information and a small image of a woman's hand cupped behind her ear, similar to the one in the main image.

Abbildung 1: www.sonova.ch

■ Dezentrale und zentrale Content Manager



Organisation der Content Manager in der Sonova Firmengruppe.

Konsolidierung der Content-Management-Infrastruktur für mehr Flexibilität und Aktualität

Das Brand-Clustering hat sich auch in der Pflege der Internetauftritte der Einzelmarken ausgewirkt: Die Interaktion mit den verschiedenen Zielgruppen über das Internet hat für die Sonova einen sehr hohen Stellenwert. Kommunikation ist schliesslich das Kerngeschäft von Sonova. Audiologen, Medien, Endkunden und andere Segmente können via Web schnell, gebündelt, bedürfnisgerecht und zielorientiert mit Informationen über das Unternehmen und die Produkte versorgt werden.

Seit langem werden die zahlreichen Internetauftritte von Sonova und der Einzelmarken mit Content-Management-Systemen (CMS) gepflegt. Allerdings nicht mit einem einzigen für alle, sondern mit verschiedenen. Vor dem Hintergrund des Brand-Clusterings soll die Pflege der Internetauftritte vereinfacht werden: Anstatt pro Marke wie bisher ein eigenes Content-Management-System zu nutzen, wird schrittweise ein CMS für alle Einzelmarken eingeführt. Sonova hat sich strategisch für Microsoft® Office SharePoint® Server als zentrale Plattform für die Bewirtschaftung aller Internetauftritte entschieden. Damit setzt das Unternehmen auf eine skalierbare Infrastruktur, die es erlaubt, alle Internetauftritte mit dem gleichen System zu pflegen. Entscheidungskriterien für die Microsoft-Plattform waren der langfristige Investitionsschutz und die Integrationsfähigkeit in Umsysteme.

Als Pilotprojekt wurde der neue Internetauftritt der Sonova Holding AG gemeinsam mit dem Collaboration- und Portal-Spezialisten ISolutions auf der Basis von MOSS 2007 umgesetzt (vgl. Abbildung 1). www.sonova.com richtet sich mit börsenrelevanten Informationen vor allem an die Aktionäre des Unternehmens, Investoren und die Me-

dien. Die am meisten besuchten Seiten sind entsprechend Stock Quotes und News. Redesigns der anderen Internetauftritte werden von nun an ebenfalls auf der Basis von MOSS 2007 realisiert. Damit werden nach und nach alle Internetauftritte auf MOSS 2007 migriert, sodass Sonova nur noch ein Content-Management-System für alle Internetauftritte im Einsatz hat.

Mit der Konsolidierung auf ein CMS profitiert Sonova von Skaleneffekten bei der täglichen Pflege der Internetauftritte. Die zentralen Content Manager bei Sonova profitieren von einem Lerneffekt, weil sie nur noch ein System bedienen können müssen. Heute müssen sie für die Pflege der rund 58 Webseiten drei verschiedene Systeme beherrschen. Doch auch der Support der dezentralen Content Manager, die für die Pflege der Inhalte der Einzelmarken verantwortlich sind, soll mit der Reduktion auf ein System reduziert werden. Neue Mitarbeitende müssen nur noch auf einem System für die Pflege der Internetauftritte geschult werden. Durch die intuitive Anwendung und den Wiedererkennungseffekt erwartet Sonova einen Rückgang der Supportanfragen in der täglichen Arbeit mit dem Content-Management-System.

Sonova profitiert insgesamt von Zeiteinsparungen und einer Reduktion der Time to Market bei der Pflege der Internetauftritte. Inhalte und Informationen können den Zielgruppen aktueller zugänglich gemacht werden. Trotz der Konzentration auf ein einziges System wird Sonova den verschiedenen Anforderungen der Einzelmarken gerecht. Jede Marke kann auch im Web eigenständig positioniert werden, weil jeder Internetauftritt mit MOSS 2007 individuell gestaltet und mit Inhalten gepflegt werden kann. Die Trennung von Layout und Inhalten stellt dies sicher. Auch innerhalb der Einzelmarken können die verschiedenen Länderwebseiten soweit aufgrund

von landesspezifischen Eigenheiten nötig individuell gestaltet werden. Ziel von Sonova ist es, die Konsolidierung weiter voranzutreiben und MOSS 2007 schrittweise als Enterprise-Content-Management-Plattform für die gesamte interne und externe Kommunikation einzuführen, um den gesamten Lebenszyklus einer Information von der Entstehung über die Verteilung, die Publikation und die Archivierung einheitlich abzudecken. ■

■ Kontaktadressen

ISolutions GmbH

Josua Regez
Laupenstrasse 1
3008 Bern
Tel. +41 31 560 88 88
E-Mail: josua.regez@isolutions.ch
www.isolutions.ch

■ Weitere Informationen

Microsoft

Microsoft Switzerland
Gérald Marolf
Richtistrasse 3, 8304 Wallisellen, Schweiz
Tel. +41 78 844 63 61
E-Mail: gmarolf@microsoft.com
www.microsoft.com/sharepoint

Sonova Holding AG

Roger Feller
Laubisrütistrasse 28
8712 Stäfa
Tel. +41 58 928 33 33
E-Mail: roger.feller@phonak.com
www.sonova.com