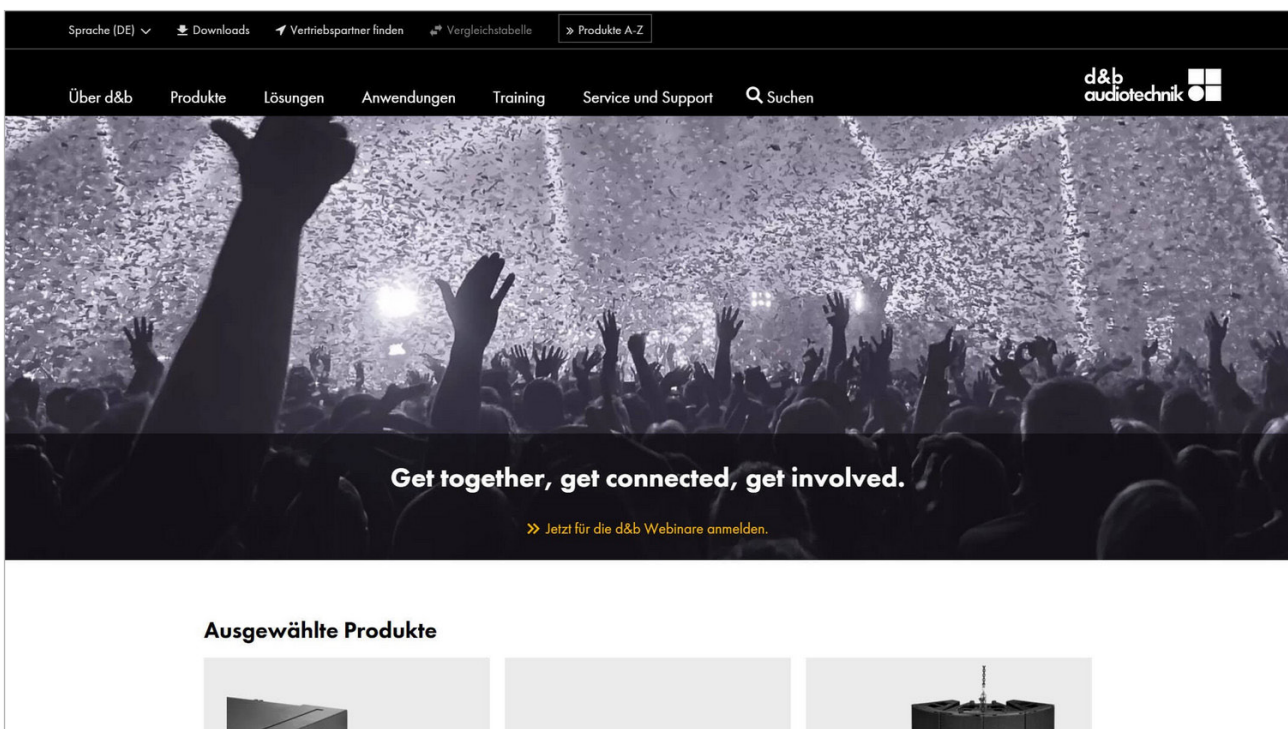




# d&b audiotechnik: Rationalisierung von Prozessen für ein globales Unternehmen



d&b audiotechnik ist seit seiner Gründung 1981 schnell gewachsen. Alles begann damit, dass zwei Männer in einer Garage in Korb, Deutschland, Lautsprecher bauten. Heute beschäftigt d&b audiotechnik weltweit rund 650 Mitarbeiter und hat 40 Vertriebspartner in 70 Ländern. d&b kam zu b13 für eine mehrsprachige Unternehmenswebsite, um Mitarbeiter und Kunden auf globaler Ebene zu bedienen.

b13 GmbH  
Breitscheidstraße 65  
D - 70176 Stuttgart  
Tel +49 - 711 46058970  
info@b13.com

Geschäftsführer  
Benjamin Mack  
David Steeb



# Eine gemeinsame Erfahrung

Konzertsäle, Sportstätten, Musikfestivals, Bars und Gotteshäuser: Sie alle bringen Menschen zusammen, um eine gemeinsame Erfahrung zu machen. Aber je größer ihr Publikum oder je einzigartiger der Veranstaltungsort, desto größer sind die Anforderungen an ein professionelles Audio-Setup.

Hier kommt d&b audiotechnik ins Spiel. Ihre professionellen Audiolösungen helfen prestigeträchtigen Kunden wie dem Opernhaus in Sydney, dem Wacken Festival und dem Pacha Club, bedeutsame Erfahrungen mit einer großen Zahl von Menschen zu teilen. d&b bietet professionelle Audiolösungen, um Leidenschaften durch hochwertige Sprach- und Musikwiedergabe präzise zu übertragen.

Das Wachstum von d&b hat sich in den letzten Jahren beschleunigt. „Im Jahr 2010 hatten wir 200 Mitarbeiter, aber jetzt haben wir weltweit rund 650“, sagt Denise Kipf, Leiterin Digital and Platforms. „Diese Leute arbeiten in verschiedenen Abteilungen, Sprachen und Ländern sowie für Kunden in unterschiedlichen kulturellen Umgebungen. Bei all ihren Unterschieden müssen sie sich als Teil einer gemeinsamen Erlebniswelt fühlen, genau wie die Begeisterten in einem großen Publikum.“

The screenshot shows the 'Applications' page on the d&b audiotechnik website. At the top, there is a navigation bar with links for 'About d&b', 'Products', 'Solutions', 'Applications', 'Education', 'Service and Support', and a search icon. Below the navigation, the 'Applications' section is titled 'Applications' and includes a brief description: 'No matter what the application type, mobile or installation, indoors or outdoors, large or small the comprehensive d&b mobile or installation range of compatible loudspeakers, control electronics, mechanical accessories and remote control will adequately fulfil whatever the brief.' Below this, there are three filter boxes: 'All categories', 'All countries', and 'Keyword'. The main content area is divided into two sections: 'New applications' and 'All applications'. Each section contains three case study cards, each with a photo and a short text description. The 'New applications' section includes: 'd&b delivers quality audio to Life Church in NZ', 'Puskás Arena pitched for victory with d&b', and 'd&b Soundscape Powers Italy's Reimagined Ravenna Festival Into Its 31st Edition'. The 'All applications' section includes: 'Opera house chooses d&b to transform their sound system', 'Through the power and flexibility of the Y-Series from d&b, Brisbane's Billie Brown Theatre provides clear and crisp audio across multiple configurations', and 'Singapore's hippest new music venue Tin Box: The Live House installs A-Series'. At the bottom of the page, there is a footer with links for 'Software', 'Career', 'Press', and 'Follow d&b', along with social media icons and a newsletter registration form.

Der Anwendungsfilter auf dbaudio.com

Denise Kipf nennt dies das „Wir-Gefühl“, und es ist einer der Kernwerte von d&b – neben der Leidenschaft für das, was sie tun, und der Hingabe an höchste Standards.

„In unserem Hauptsitz in Backnang, aber auch in unseren Niederlassungen herrscht eine besondere Atmosphäre“, sagt Denise Kipf. „Leute, die in anderen Unternehmen gearbeitet haben, spüren den Unterschied und verstehen diese drei Werte sehr, sehr schnell“, erklärt sie.

🌍 Im Jahr 2010 hatten wir 200 Mitarbeiter, aber jetzt haben wir weltweit rund 650. Diese Leute arbeiten in verschiedenen Abteilungen, Sprachen und Ländern sowie für Kunden in unterschiedlichen kulturellen Umgebungen. Bei all ihren Unterschieden müssen sie sich als Teil einer gemeinsamen Erlebniswelt fühlen. 🌍

– Denise Kipf

## Der Neustart – eine solide Grundlage für die Zukunft

Im Jahr 2016, als sich d&b mitten in ihrem derzeitigen Wachstumsschub befand, brauchte die bestehende Website einen Relaunch. Visuell war es Zeit für eine Aktualisierung, und d&b brauchte neue Prozesse, um einer wachsenden Vielfalt von Interessengruppen gerecht zu werden.

Die Audiophilen sprachen mit mehreren Agenturen, erwärmten sich aber bald für b13. „Als wir b13 ins Gespräch brachten, passten sie einfach besser zu unseren Werten als alle anderen“, sagt Denise. „Wir brauchten einen Partner, der gleich um die Ecke ist, aber wir brauchten auch ein CMS mit einer globalen Community“, so Denise.

Die drei größten Herausforderungen waren:

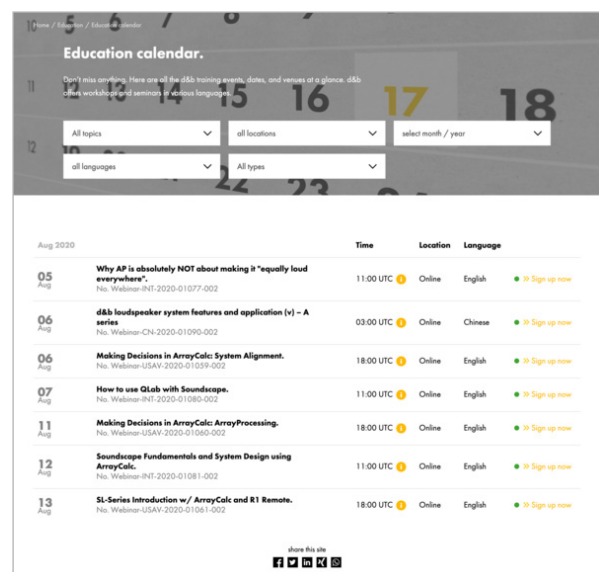
- Steigerung der Effizienz durch Automatisierung
- Unterstützung der lokalen Anforderungen globaler Tochtergesellschaften und
- Verbesserung der Benutzerfreundlichkeit durch leichteres Auffinden von Informationen.

## Automatisierung von Prozessen

### für mehr Effizienz

Während des gesamten Projekts identifizierten b13 und d&b kontinuierlich Prozesse, die durch Automatisierung effizienter gestaltet werden könnten. „Der Input von b13 hat uns inspiriert, darüber nachzudenken, wie wir dies erreichen können“, sagt Denise.

Die Website ist mehr als ein Content-Repository, sie ist eine Drehscheibe, an der externe Dienste zusammengeführt werden. Es ist ein



Der Fortbildungskalender auf dbaudio.com

bisschen wie die Bühne bei einem Musikfestival, das die Plattform für viele verschiedene Künstler bietet.

So hat das b13-Team beispielsweise Salesforce integriert, so dass Veranstaltungen an einem Ort von lokalen Teams erstellt und verwaltet werden können. „Früher“, so Denise, „mussten sie Veranstaltungstexte und Informationen dreimal hin und her senden, bevor sie online waren. Jetzt machen sie das alles selbst.“ Dies, sagt sie, spare viele Stunden, weil es jede Abteilung weltweit betreffe.

Ein weiteres Beispiel ist der Prozess für Support-Anfragen, der jetzt durch Salesforce automatisiert wird.

Die Erstellung einer eleganten und scheinbar einfachen Website für ein großes, multinationales Unternehmen wie d&b erfordert Entwickler mit einem nuancierten Verständnis von Organisationsdesign. Dies ist notwendig, um Marketing-Inhalte, Vertriebsmaterialien, technische Broschüren und Veranstaltungen bereitzustellen, wo und wann der Benutzer es wünscht.

🗨️ Früher mussten sie Veranstaltungstexte und Informationen dreimal hin und her schicken, bevor sie online waren. Jetzt machen sie das alles selbst. Das spart viele Stunden, denn es betrifft alle Abteilungen weltweit. 🗨️

– Denise Kipf

## International expandieren

Während d&b wächst, muss das Unternehmen Inhalte liefern, die auf eine wachsende Zahl lokaler Märkte zugeschnitten sind. Die Sprache spielt dabei eine große Rolle.

In einigen Fällen, wie z.B. bei Produktkatalogen, gelten weltweit die gleichen Inhalte, so dass sie in alle Sprachen übersetzt und auf allen lokalen Websites platziert werden. In anderen Fällen jedoch – beispielsweise wenn eine Veranstaltung nur an einem Ort stattfindet – wird der Inhalt in der lokalen Sprache verfasst, ohne dass er übersetzt werden muss. Die leistungsstarken Mehrsprachen-Tools von TYPO3, gepaart mit dem Know-how von b13, waren für diese Herausforderung hervorragend geeignet.

## Benutzerfreundliche Struktur



Die Kunden erfreuen sich jetzt einer intuitiveren Struktur, so dass die wichtigsten Funktionen und Informationen nicht mehr als drei Klicks entfernt und leichter zu filtern sind.

Das Gesamtdesign und die technische Konfiguration ermöglichen beeindruckende großformatige Bilder und eine schnelle Leistung auf allen Geräten und in Bereichen, in denen die Bandbreite knapp sein kann.

## Eine fortlaufende Zusammenarbeit

Das d&b Team ist sehr glücklich, dass sie sich für die Zusammenarbeit mit b13 entschieden haben und wird diese auch weiterhin fortsetzen. „b13 hat eine großartige Arbeitskultur und sie sind sehr clevere Köpfe. Sie denken immer zuerst intensiv darüber nach, was wir von ihnen wollen, und das schätzen wir sehr, denn sie sind wie ein entfernter Kollege. Ich bin gerne mit der TYPO3-Gemeinschaft durch das Management von b13 verbunden.“

Zur Zeit arbeiten b13 und d&b gemeinsam daran, große Teile des Übersetzungs-Workflows zu automatisieren.

 **b13 hat eine großartige Arbeitskultur und sie sind sehr clevere Köpfe. Sie denken immer zuerst intensiv darüber nach, was wir von ihnen wollen, und das schätzen wir sehr, denn sie sind wie ein entfernter Kollege. Ich bin gerne mit der TYPO3-Gemeinschaft durch das Management von b13 verbunden.** 

– Das d&b Team

## Menschen zusammenzubringen ist das, was uns zusammenbringt

Die neue Website von d&b audiotechnik ist eine Drehscheibe, die viele Menschen um ein gemeinsames Erlebnis herum zusammenbringt und gleichzeitig auf ihre individuellen Bedürfnisse eingeht. Genau wie d&b's professionelle Audiogeräte und -lösungen bietet sie Umfang auf internationalem Niveau und behält gleichzeitig das „Wir-Gefühl“ bei, das so wichtig ist, seit zwei Männer in einer Garage 1981 die ersten Lautsprecher von d&b entwickelten. Wir bei b13 sind glücklich, dass unsere gemeinsamen Werte uns zusammengebracht haben, und wir sind sicher, dass sie uns auch in Zukunft zusammenhalten werden.