



Diese Fallstudie wurde in Zusammenarbeit mit einem Kunden von SDL (jetzt ein Unternehmen von RWS Holdings plc) entwickelt

**RICOH**  
imagine. change.

## Konsistenz und Kontrolle

### Lösungselemente:

Tridion Sites®

Tridion® DXD

BluePrinting®

**„Tridion Sites BluePrinting war unsere größte und wichtigste strategische Entscheidung. Bei unseren Online-Aktivitäten kann uns jetzt nur noch unsere Fantasie Schranken setzen.“**

### Identisch und doch individuell

Ricoh Europe B.V. in Amstelveen ist der europäische Hauptsitz der Ricoh Company Ltd., dem weltweit führenden Hersteller von Bürogeräten. Das Angebot von Ricoh umfasst Drucker, Multifunktions- und Faxgeräte, Softwarelösungen und -services für den gesamten Dokumentlebenszyklus sowie ein breites Sortiment von wertsteigernden Lösungen und Dienstleistungen.

### Markenkonsistenz

Von seinem niederländischen Hauptsitz aus ist Ricoh Europe B.V. zuständig für Marketing, Vertrieb und Service von Ricoh-Produkten in Europa, dem Nahen Osten und Afrika.

Die European Ricoh Group vermarktet ihre Produkte unter einer Reihe verschiedener Marken – Ricoh, Lanier, Nashuatec, Rex-Rotary und Gestetner.

Für Dellwyn Oseana, Project Coordinator in der Internet Development Group bei Ricoh Europe, stellte der Internetauftritt des Unternehmens eine facettenreiche Herausforderung dar. Es galt, mit den verschiedenen Marken zu kommunizieren, gemeinsame regionale Inhalte wiederzuverwenden, die Markenkonsistenz zu wahren, Inhalte in vielen verschiedenen Landessprachen bereitzustellen sowie lokalen Märkten die Möglichkeit zu geben, eigene Informationen auf ihre landesspezifischen Websites hochzuladen.

„Die Marketingabteilung verwendet das Internet nicht nur als ein betriebliches oder Marketing-Tool, sondern als ein strategisches Instrument.“

**Dellwyn Oseana**

Project Coordinator, Internet Development Group, Ricoh Europe

**Konsistenz und Kontrolle**

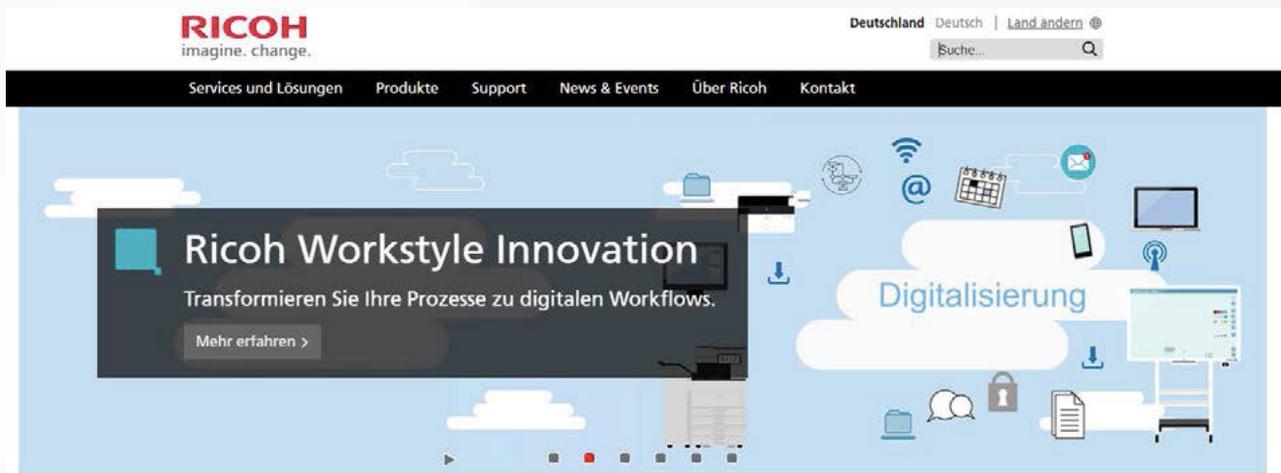
Ricoh beschloss, Tridion Sites BluePrinting-Technologie zu implementieren, und war daraufhin in der Lage, eine komplexe Struktur mit zahlreichen Marken und Sprachen zu bewältigen.

Die Ricoh Group verwaltet alle Produkt- und Unternehmensinformationen sowie die Inhalte der Unternehmenswebsite am EMEA-Hauptsitz in Amstelveen und am NRG-Hauptsitz in London.

Informationen werden in die übergeordnete Ebene der BluePrinting-Struktur hochgeladen, und auf Länderebene wird entschieden, welche Produktseiten für die Länder-Websites benötigt werden.

Abhängig von ihren eigenen Einführungsplänen können die nationalen Niederlassungen verschiedene Startdaten für Produkte in ihren Märkten wählen und diese Seiten zu einem späteren Zeitpunkt bereitstellen.

Jede Marke besitzt ihren eigenen Bannerbereich und ein eigenes Farbschema, doch sie alle weisen das typische Look-and-feel der Muttergesellschaft auf. Navigation und das Banner-Design sind für alle Länder-Websites einheitlich. „Vor unserer Umstellung auf Tridion Sites waren Inhaltsverwaltung und Markenkontrolle praktisch unmöglich. Tridion Sites BluePrinting war unsere größte und wichtigste strategische Entscheidung. Bei unseren Online-Aktivitäten kann uns jetzt nur noch unsere Fantasie Schranken setzen“, so Dellwyn Oseana, Project Coordinator, Internet Development Group, Ricoh Europe.



**Services und Lösungen**

Finden Sie heraus, was Ricoh für Ihr Unternehmen tun kann.

- > Herausforderungen für Ihr Unternehmen
- > Branche



**Produkte**

Unser Produktportfolio wurde entwickelt, um jede Arbeitsumgebung zu optimieren.

- > Drucker und Multifunktionssysteme



**Support**

Hier finden Sie unseren Produktsupport auf einen Blick.

- > Produktdownloads und -support
- eService
- Rücknahme und Recycling

### Sofortige Auswirkungen

Pro Website kommt die Ricoh Group derzeit auf mindestens 200 Einzelseiten, wobei die größte 1.200 Seiten umfasst. Die EMEA-Websites stehen in 16 Sprachen (einschließlich Russisch und Hebräisch) und für 20 Länder zur Verfügung. In der gesamten Ricoh Group sind mehr als 100 Personen in Tridion Sites geschult. „Die Marketingabteilung verwendet das Internet nicht nur als ein betriebliches oder Marketing-Tool, sondern als ein weiteres strategisches Instrument“, erläutert Oseana.

Laut Oseana ist „Kontrolle unser größter Lohn“. Diese Kontrolle ist jetzt sprach- und markenübergreifend und auf verschiedenen organisatorischen Ebenen Realität.

Sie bewährte sich beispielsweise, als das Ricoh-Logo geändert wurde und diese Änderung selbstverständlich auf jeder Seite der verschiedenen Ricoh-Websites durchgeführt werden musste. Die Umstellung auf das neue Logo war für ein bestimmtes Datum geplant.

Die Änderung wurde einmal vorgenommen und zur Publishing-Liste hinzugefügt, wo sie um Mitternacht in Kraft treten sollte. „Wir waren froh, dass wir diese Änderung für einen zukünftigen Zeitpunkt planen konnten, sodass wir nicht bis spät in die Nacht im Büro bleiben mussten. Die Änderung trat unmittelbar in Kraft“, fügt Oseana hinzu.

Während des letzten Jahres hat Ricoh größeren Wert auf seine grünen Referenzen und seinen Beitrag zum Umweltschutz gelegt. Es wurde beschlossen, auf jeder Website eine Registerkarte zum Umweltschutz in die obere Navigationsleiste aufzunehmen. Vorher war der Abschnitt zum Umweltschutz weniger augenfällig und befand sich auf einer niedrigeren Ebene der Struktur. „Mit Tridion Sites waren wir in der Lage, die Navigation für alle Websites in unter einem Tag zu ändern“, schließt Oseana zufrieden ab.

## Weitere Kundenberichte finden Sie unter:

[rws.com/de/customers](https://rws.com/de/customers)

### Über RWS

RWS Holdings plc ist der weltweit führende Anbieter für technologiefähige Sprachdienstleistungen, Content Management und schutzrechtliche Dienstleistungen. Wir unterstützen unsere Kunden bei der Vernetzung mit Menschen auf der ganzen Welt und bei der Entwicklung neuer Ideen, indem wir geschäftskritische Inhalte in großem Umfang kommunizieren und den Schutz und die Umsetzung ihrer Innovationen ermöglichen.

Wir möchten Unternehmen dabei unterstützen, mit Menschen überall auf der Welt effektiv zu interagieren, indem wir ihre Herausforderungen in Bezug auf Sprache, Inhalte und Marktzugang durch unsere kollektive globale Intelligenz, unsere umfassende Fachkompetenz und intelligente Technologie lösen.

Zu unseren Kunden zählen 90 der globalen Top 100 Marken, alle 10 führenden Pharmaunternehmen und rund die Hälfte der 20 weltweit führenden Patentanmelder. Unser Kundenstamm erstreckt sich über Europa, Asien-Pazifik sowie Nord- und Südamerika in den Bereichen Technologie, Pharmazie, Medizin, Recht, Chemie, Automobilindustrie, Behörden und Telekommunikation, die wir über Niederlassungen auf fünf Kontinenten bedienen.

RWS, gegründet 1958, mit Hauptsitz in Großbritannien ist am AIM, dem selbstregulierten Markt der Londoner Börse, notiert (RWS.L).

Weitere Informationen erhalten Sie unter: [www.rws.com/de](https://www.rws.com/de)

© Alle Rechte vorbehalten. Die hierin enthaltenen Informationen sind vertraulich und geschützte Informationen der RWS Group\*.  
\* RWS Group bezeichnet RWS Holdings plc im Auftrag und im Namen seiner verbundenen Unternehmen und Tochtergesellschaften.