



DEUTSCHE BAHN. Halb so teuer bei doppelter Leistung

DER KUNDE: Deutsche Bahn AG

„Die Mobilitäts- und Logistikmärkte bleiben absolute Wachstumsmärkte. Mit unserem Potenzial haben wir die Chance, die Eisenbahn in Deutschland weiter voranzubringen und ihr zugleich – durch Einbindung in internationale, übergreifende Angebote – zusätzliche Perspektiven zu eröffnen“, sagt Hartmut Mehdorn, Vorstandsvorsitzender der Deutschen Bahn AG.

Der Deutsche Bahn Konzern hat sich in den vergangenen Jahren vom staatlichen Bahnunternehmen schrittweise zu einem international führenden Mobilitäts- und Logistikdienstleister entwickelt. Über 225.000 Mitarbeiter erwirtschaften jährlich fast 24 Mrd. Euro Umsatz.

Die DB AG betreibt Verkehrsunternehmen und bietet umfangreiche Infrastruktur- und Logistikdienstleistungen an. Den rund 1,7 Milliarden Reisenden im Jahr bietet die Bahn im Internet Unternehmensinformationen, Reiseverbindungen und Online-Verkauf von Fahrkarten.

DIE HERAUSFORDERUNG: Heterogene CMS-Landschaft

Die Online-Services haben sich im Zuge der dynamischen Unternehmensentwicklung stark vermehrt: In Intranet und Internet werden insgesamt 200 Websites mit rund 10.000 einzelnen Seiten, fast ebenso vielen Bildern und rund 5.000 Download-Dateien gepflegt. Fast die Hälfte der Seiten wird auch im Intranet publiziert. Dieses Informationsangebot wird vor Projektstart mit einer Vielzahl von Content Management Systemen gepflegt, darunter Eigenentwicklungen, Imperia, Infopark und Frontpage. Die Insellandschaft ist teuer im Unterhalt. Zudem ist sie unübersichtlich; sie erschwert das Auffinden von Informationen und ein einheitliches Corporate Screen Design. Nicht zuletzt hemmen die technischen Grenzen die schnelle Implementierung neuer Online-Services im Zuge der Entwicklung des Konzerns hin zu einem globalen Dienstleister.



AUF EINEN BLICK

- Corporate Website und Intranet
- Zentrale Web-Plattform für Marken und Unternehmen der Deutschen Bahn
- Ablösung von Vignette

Daher wird zunächst versucht, die gewachsenen Lösungen in einem Großprojekt auf ein einziges, konzernweites Enterprise Content Management System des Herstellers Vignette zu migrieren. Schon kurz nach Start des Projektes stellt sich aber heraus, dass Entwicklungs- und Betriebskosten für Vignette unerwartet hoch liegen und die erhofften Einsparungen nicht erzielt werden können.

DIE LÖSUNG: Konzernweite Plattform für Internet und Intranet

Nach einer weiteren Software-Evaluationsphase fällt die Wahl auf CoreMedia CMS. Die innovative Technologie von CoreMedia CMS fasziniert die Bahn-Entscheider. Überzeugen können insbesondere die niedrigen Betriebskosten von CoreMedia, die einen schnellen Return-on-Investment garantieren. Sie liegen um 50 Prozent niedriger als die Kosten von Vignette. Die geplante Implementierungsdauer von 16 Monaten wird exakt eingehalten. Implementierungspartner für CoreMedia CMS ist die IBM. Innerhalb kurzer Zeit werden gut 200 Mitarbeiter als Redakteure geschult, von denen im Durchschnitt 30 parallel auf das System zugreifen. Als erste Site wechselt das mehrsprachige Konzernportal www.db.de auf CoreMedia CMS. Nach und nach folgen das konzernweite Intranet Bahn-net und die Websites der Konzerntöchter DB Fuhrpark, DB Systems, Deutsche Verkehrs-Assekuranz-Vermittlungs GmbH, Nieten Fracht-Logistik und Burgenlandbahn GmbH – zum Teil ebenfalls mehrsprachig.

Bis Ende 2006 werden alle 200 Sites der Bahn auf das neue System migriert. Als besonders hilfreich erweist sich dabei die Multi-Site-Management-Funktion von CoreMedia CMS, die den effizienten Betrieb von unternehmensweiten Websites und Portalen in mehreren Sprachen und Designs für die verschiedenen Tochtergesellschaften ermöglicht.

Auf das Intranet greifen heute regelmäßig 43.000 Mitarbeiter zu. Aufgrund seiner technischen Konzeption unterstützt CoreMedia CMS perfekt alle Anforderungen der für die DB sehr wichtigen Barrierefreiheit. Durch die präzise Umsetzung entlang der vom „World Wide Web Consortium“ (W3C) herausgegebenen Richtlinien stellt CoreMedia sicher, dass die DB-Seiten auch für Menschen mit physischen, sensorischen oder kognitiven Behinderungen zugänglich sind. In einer Studie der Fachhochschule Wedel zum Thema Barrierefreiheit hat die Bahn den zweiten Platz unter den deutschen TOP 100 Unternehmen erreicht.



www.db.de

„50 % niedrigere Gesamtkosten, nun wird CoreMedia konzernweit unser Standard. Zudem können wir unsere Informationen noch schneller abbilden und sind für die Distribution der Information auf allen Kanälen heute und in Zukunft bestens gerüstet.“

Jens Küpper, Leiter Online Auftritt DB Konzern, nach ersten Erfahrungen mit CoreMedia im Vergleich zu Vignette.

Daten und Fakten

KUNDE

- Deutsche Bahn AG
- Website: www.db.de

PROJEKT

- Intranet mit 43.000 Usern
- Plattform für 200 Websites (Tochtergesellschaften, Geschäftsbereiche)
- über 10.000 Seiten
- 200 Redakteure
- durchschnittlich 30 parallele Zugriffe

Für weitere Informationen zu CoreMedia besuchen Sie bitte:

www.coremedia.com, senden Sie eine Email an info@coremedia.com oder rufen Sie uns an unter +49 .40 .32 55 .870 (1010-CS-DE-DBG001)