



REFERENZEN AUTOMOTIVE

Ab 2007 war eMB der zentrale Internetauftritt der Marke eines international agierenden Premium-Automobilherstellers in 106 Märkten. Das Portfolio umfasste zahlreiche Teilanwendungen, die zentral entwickelt, bereitgestellt und fortlaufend ausgerollt wurden. Über das Content Management System konnten die Märkte Content übernehmen, lokal bearbeiten und erweitern; auch Händler-Internetauftritte wurden darüber unterstützt. Herzstück war der integrierte PKW-Fahrzeugkonfigurator. Ergänzend standen eine Gebrauchtwagen- und Bestandsfahrzeugbörse sowie ein CRM (Customer-Relationship-Management) zur Erfassung der Kundenfahrzeuge zur Verfügung. Die Händlersuche fungierte als zentrale Funktion und wurde auch von anderen Anwendungen genutzt. Für die Kundenkommunikation gab es eine eigene Komponente, die unter anderem Terminvereinbarungen und die Bestellung von Broschüren ermöglichte.

Ziele & Anforderungen

- IT-Architekturberatung und Konzeption
- Anforderungsmanagement
- Mitglied des Change Control Boards
- Konzeption und Entwicklung neuer Services
- Qualitätssicherung von Unit- bis Integrations-Tests
- Testautomation
- Incident Management, Service Desk, 1st/2nd/3rd Level Support
- Infrastruktur Management, Betriebsunterstützung
- Service Delivery Management, Release Management
- Monitoring, Sicherstellung von Verfügbarkeit und Performance, Messung von KPIs

Technologien

- Java, TypeScript
- IBM WebSphere Application Server
- Adobe Experience Manager (CMS)
- Docker, Kubernetes

Key Facts

- Team: 10 – 50 FTE
- Laufzeit: 01/2007 – 12/2022
- Budget: 2000 – 10.000 PT/a