

Digitale Strukturen als Wettbewerbsvorteil

In einer zunehmend globalisierten Wirtschaft und unter dem Einfluss sich wandelnder Kundenbedürfnisse sehen sich Baukomponentenhersteller mit tiefgreifenden Veränderungen konfrontiert. Wer im B2B-Bereich wettbewerbsfähig bleiben will, muss heute mehr denn je bereit sein, aktuelle Herausforderungen schnell zu erkennen und ihnen aktiv und vorausschauend zu begegnen. Der frühzeitige Einsatz digitaler Prozesse ist dabei ein entscheidender Erfolgsfaktor.

Ein Erfolgsbeispiel dafür ist die Salamander Industrie-Produkte GmbH, ein führender europäischer Anbieter hochenergiesparender Fenster- und Türsysteme. Gemeinsam mit der Augsburger Digitalagentur codeblick hat sie eine zukunftsweisende Digitalstrategie realisiert, die die Markenpräsenz nachhaltig stärkt, zugleich die Lead-Generierung optimiert und neue Impulse für die internationale Markterschließung setzt.

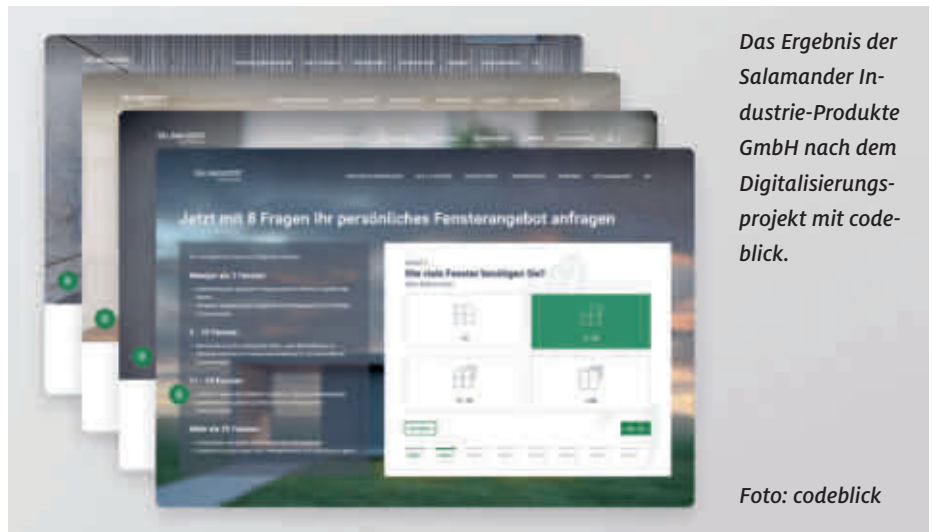
Die Ausgangslage: Digitale Hürden überwinden

Vor Beginn des Projekts hatte Salamander mit verschiedenen digitalen Herausforderungen zu kämpfen: Funktionale und visuelle Inkonsistenzen der bestehenden Website, mangelnde Kohärenz im Design und eine komplizierte, fehleranfällige Pflege der Inhalte haben die tägliche Arbeit der Marketing- und Vertriebsteams erschwert.

Auch die Internationalisierung stellte eine Herausforderung dar: Das Unternehmen musste Übersetzungen manuell vornehmen, da eine klare Ländertrennung für die verschiedenen Märkte fehlte – ebenso wie ein strukturiertes System zum Sammeln und Qualifizieren von Anfragen. Gleichzeitig wünschte sich Salamander eine stärkere Integration digitaler Tools und eine moderne, modulare Architektur für mehr Skalierbarkeit und Markenkonsistenz.

Ziele und Zusammenarbeit

Salamander erkannte diese Herausforderungen und begann, diese systematisch zu beheben. Zusammen mit codeblick wurde schnell klar, dass eine umfassende Transformation nötig war. Das Ziel: Eine skalierbare, internationale Digitalstrategie zu etablieren, die die



Das Ergebnis der Salamander Industrie-Produkte GmbH nach dem Digitalisierungsprojekt mit codeblick.

Foto: codeblick

Anforderungen des B2B-Marktes erfüllt und eine nutzerfreundliche, konsistente Markenpräsenz schafft. Zu Beginn der Zusammenarbeit haben die Projektpartner in einem intensiven Strategieworkshop zentrale Meilensteine definiert. Dazu zählten: ein technisches Re-Setup der Website, die Entwicklung eines modularen UI-Systems auf Basis von Atomic Design, die Integration eines internationalen Rollout-Plans und der Aufbau eines nachhaltigen Lead-Systems über einen smarten Fensterkonfigurator.

Dank der engen Abstimmung, hoher Transparenz und lösungsorientierter Zusammenarbeit konnte codeblick Kundenwünsche früh und strukturiert umsetzen – zum Beispiel eine dynamische Modulstruktur, klare Governance-Regeln, eine CRM-Integration und ein Mobile-First-Design. Ebenfalls als festen Bestandteil der integrierten Entwicklung haben die Projektpartner das klare Trennen der Zielmärkte definiert. Um dem Wachstum und den steigenden Anforderungen von Salamander gerecht zu werden, hat das codeblick früh mit einem flexiblen, skalierbaren System umgesetzt.

Umgesetzte Lösungen

Das Team von codeblick hat das Umsetzen der neuen Digitalstrategie mit dem Übernehmen und Bereinigen des bestehenden Codes von salamander-windows.com begonnen. Anschließend hat es einen Headless-CMS-Ansatz mit Storyblok implementiert, inklusive performanter Nuxt-Applikation und Cloud-Hosting. Im Zentrum stand dabei das Atomic Design-Prinzip: Wiederverwendbare UI-Komponenten wurden über eine eigene

Storyboard-Bibliothek verwaltet, was die Design-Konsistenz über alle Länder hinweg sicherstellt. Dadurch konnte codeblick die Grundlage für eine nutzerfreundliche Website schaffen, die für verschiedene Zielgruppen auf unterschiedlichen Geräten gleich gut funktioniert.

Weiteres Highlight war der Launch des neuen B2B-Fensterkonfigurators. Er ermöglicht es, qualifizierte Projektanfragen zu generieren und nahtlos ins CRM zu überführen. Das Team von codeblick hat den Konfigurator um ein Multi-Domain-Setup für neun Länder ergänzt: Inklusive automatischer Lokalisierung und dem Vorbereiten einer KI-gestützten Übersetzungslogik. Neben dem reinen Übersetzen von Inhalten berücksichtigt die KI auch kontextuelle Feinheiten und kulturelle Besonderheiten. Dadurch kann Salamander künftig internationale Zielgruppen deutlich schneller und präziser ansprechen.

Messbare Erfolge

Bereits kurz nach dem Abschluss des Projekts stellten sich signifikante Verbesserungen ein: Die Seitenperformance ist spürbar gestiegen, was in messbar besseren Core Web Vitals niedergeschlagen ist. Der Website-Traffic und die Zahl digital generierter Leads über den neuen digitalen Konfigurator haben ebenfalls zugenommen. Zudem haben das technische Bereinigen und Standardisieren das Pflegen der Inhalte erleichtert. Diese lassen sich nun schneller und präziser bearbeiten. Ein Headless-CMS spielt Inhalte über Schnittstellen flexibel an verschiedene Kanäle aus und entlastet das Marketingteam spürbar.

Strategisch digitalisieren und nachhaltig profitieren

Mit der neuen Digitalstrategie haben Salamander und codeblick eine zukunftssichere Grundlage geschaffen, die inhaltlich und technologisch skalierbar ist. Salamander kann darauf aufbauen und die Internationalisierung weiter ausbauen, insbesondere durch länderspezifische Marketingmaßnahmen und den weiteren Rollout der Plattformen. Auch das Zusammenspiel mit internen Applikationen wie der myWindow.app kann Salamander dadurch noch intensiver gestalten. Bereits in der digitalen Roadmap stehen zudem die Ausbauschritte Personalisierung, A/B-Testing und datengetriebenes Kampagnenmanagement.

Feedback und Fazit

Sascha Wilde, Group Director Digital and E-Commerce bei Salamander, resümiert: „Mit codeblick konnten wir unsere digitale Infrastruktur modernisieren und unsere internationale Markenpräsenz deutlich stärken. Die partnerschaftliche Zusammenarbeit mit den erfahrenen Digitalisierungsexperten hat ge-

zeigt, wie durchdachte Strategien neue Wettbewerbsvorteile schaffen – von effizienteren Prozessen bis hin zu mehr Sichtbarkeit und Lead-Potenzial.“ Sascha Wilde ergänzt: „Für andere B2B-Unternehmen in der Baubranche, die vor ähnlichen Herausforderungen stehen, ist codeblick eine klare Empfehlung.“

Auch intern stößt die konsistente neue User Experience auf positive Resonanz. Der Vertrieb und die internationalen Marketing-Teams erkennen im neuen digitalen Fenster-Konfigurator ein besonderes Highlight. Dieser fungiert als zentraler Lead-Magnet, der die Teams konstant mit neuen Leads versorgt. Das Automatisieren der Lead-Generierung hat den Sales-Prozess entscheidend beschleunigt.

Für Baukomponentenhersteller sind digitale Kanäle längst unverzichtbar. Wer in die richtigen Technologien und eine leistungsstarke Website investiert, stärkt seine Marke, steigert den Umsatz und erschließt neue Märkte. ■

www.codeblick.de



Sebastian Lochbronner. Foto: codeblick

Über den Autor

Sebastian Lochbronner ist Co-CEO der Augsburger Digitalagentur codeblick und Experte für digitale Erlebnisse (Digital Experiences). Mit mehr als 15 Jahren Erfahrung in Design, Technologie und Strategie gestaltet er die Schnittstelle zwischen Mensch und Marke neu. Dabei fokussiert er sich auf skalierbare B2B-E-Commerce-Plattformen, Headless-CMS-Architekturen und nutzerzentrierte Anwendungen.

A+W Cantor

Software for Windows & Doors

Vollintegrierte **ERP- und CIM-Software-Lösung** zur effizienten Auftragsabwicklung

inklusive Web-Konfigurator **A+W iQuote** zur einfachen und schnellen Auftragserfassung

und nahtlos anzubindender mobiler Barcode-Scanner-App **A+W Cantor Smart Companion**

Die Software, mit der Ihr Unternehmen wächst.

Sie möchten mehr über A+W Cantor erfahren?

Vereinbaren Sie gleich einen Demo-Termin, Telefon 0641 96620-222 oder online auf www.a-w.com/de/demo-aw-cantor

