

ABZ

Inhalt

- S. 02 **»INKA – Das Katalog-Forum« – die perfekte Verknüpfung von Print und Online**
- S. 03 **Verleihung der »INKAs 2009«**
- S. 04 **Preisträger und Nominierte bei »INKA – Der Wettbewerb« 2009**
- S. 05 **»Werthaltigste und professionellste Cross-Channel-Veranstaltung«**
- S. 06 **Ein Rückblick auf »INKA – Das Katalog-Forum« 2010**
- S. 08 **»Wertvolle Impulse und inspirierende Vorträge«**



Editorial

»Als Vakuum bezeichnet man ein verdünntes Gas [...], bei dem der Druck oder die Dichte kleiner ist als bei der umgebenden Atmosphäre.« Dieses Zitat stammt nicht etwa aus einem Physik-Lehrbuch. Es ist der Anfang eines Produktkatalogs. Aber nicht irgendeines Katalogs. Vielmehr handelt es sich um den Gewinner des »INKA 2009« in der Kategorie Print. Bekannt gegeben hat dies die Jury im Rahmen der diesjährigen Ausgabe von »INKA – Das Katalog-Forum«.

Ein auffälliges Ungleichgewicht zwischen Innen- und Außendruck hat auch bei der Veranstaltung geherrscht. Nur umgekehrt: Der Druck innen – sprich: in den Veranstaltungsräumen und in der Ausstellung – war spürbar höher als draußen. Eine beeindruckende Informationsdichte und die fast greifbare Konzentration der Teilnehmerinnen und Teilnehmer auf das diesjährige Schwerpunktthema dominierten die Veranstaltung.

»Print oder Online – Wie tickt Ihr Kunde?« lautete die Leitfrage von »INKA – Das Katalog-Forum«. Welche Kernthesen die Referenten vertreten haben, wer einen »INKA 2009« gewonnen hat und von welchem Unternehmen das Eingangszitat stammt – all das lesen Sie in dieser Sonderausgabe des ABZ.

Ich wünsche Ihnen emotionale Einblicke und spannende Überraschungen!

Ihr Stefan Kügel



»INKA – Das Katalog-Forum« – die perfekte Verknüpfung von Print und Online

»Print oder Online – Wie tickt Ihr Kunde?« lautete das Motto von »INKA – Das Katalog-Forum« 2010, das am 17. und 18. März in der TANNER-Denkfabrik in Lindau stattfand.

In 18 Fach- und Strategie-Vorträgen konnten die Teilnehmer erfahren, wie es gelingt, Print- und Online-Medien stärker an den Kundenwünschen auszurichten und sie intelligent und zeitgemäß miteinander zu verknüpfen.

Ein weiteres Highlight der INKA-Initiative war am Abend des 17. März die Verleihung der »INKAs 2009« für ausgezeichnete Print- und Online-Kataloge. Passend zum Schwerpunktthema der Veranstaltung wurde in diesem Jahr erstmals ein »INKA« in der Sonderkategorie Medienübergreifender Katalog vergeben.

Alle Highlights, Impressionen und natürlich die Namen der Gewinner von »INKA – Der Wettbewerb« 2009 liefert diese ABZ-Sonderausgabe.



► Der erste Platz in der Kategorie Print ging an die Pfeiffer Vacuum GmbH (v. l.):

Jurysprecher Jean-Claude Parent und Claus Gerlach von der Pfeiffer Vacuum GmbH

Verleihung der »INKAs 2009«

Feierlicher Abschluss von »INKA – Der Wettbewerb« 2009

Feierlich wurde es am Abend des 17. März zur Preisverleihung von »INKA – Der Wettbewerb« 2009. Erstmals diente das Atrium der TANNER-Denkfabrik auch als Location für die Verleihung der »INKAs«, für die besten Print- und Online-Kataloge. Souverän und unterhaltsam führte Moderator Jan Ditgen die Gäste durch den Abend. Unterstützt wurde er durch Georg-Friedrich Blocher, Vorstand der TANNER AG, und Jurysprecher Jean-Claude Parent.

Parent zeichnete auch für den Höhepunkt des Abends verantwortlich: die Verleihung der »INKAs 2009«. Gesamtsieger in der Kategorie Print wurde der Katalog der Pfeiffer Vacuum GmbH. Dazu Parent in seiner Laudatio: »Selten habe ich so viel Einmütigkeit bei einer Juryentscheidung erlebt wie in diesem Fall.« Mit diesem Katalog seien, so Parent, neue Maßstäbe gesetzt und der Zweck eines Katalogs neu definiert worden. Den zweiten Platz belegte der Katalog der Haberkorn Ulmer GmbH. Den dritten Platz teilten sich die Unternehmen Festool GmbH und Spectral Lichttechnik GmbH.

In der Kategorie Online konnten die eingereichten Shops allerdings keine Maßstäbe setzen, resümierte Parent. Somit war es wenig überraschend, dass die Jury erneut keinen ersten Platz in der Kategorie Online vergab. Parent hielt hierzu fest: »Die Jury ist sich einig, dass ein erster Platz bei »INKA – Der Wettbewerb« Maßstäbe setzen muss. Es genügt nicht, lediglich die beste der eingereichten Arbeiten zu sein.« Den zweiten Platz belegte die Festool GmbH. Die REIFF GmbH landete auf dem dritten Platz. Einen Sonderpreis in der Kategorie Medienübergreifender Katalog erhielt die U. I. Lapp GmbH. Neben den Gesamtsiegern wurden auch die Branchensieger ausgezeichnet. Eine Übersicht über die Nominierten und Gewinner finden Sie auf Seite 4 dieser ABZ-Sonderausgabe.



- Wie bereits im letzten Jahr vergab die Jury keinen ersten Platz in der Kategorie Online. Den zweiten Platz sicherte sich die Festool GmbH: Jurysprecher Jean-Claude Parent (links) übergibt den »INKA« an Klaus Danner von der Festool GmbH



- Erstmals in diesem Jahr vergeben: Ein Sonderpreis in der Kategorie Medienübergreifender Katalog ging an die U. I. Lapp GmbH. Vorstand der TANNER AG Georg-Friedrich Blocher (links) und Buelent Kulay von der U. I. Lapp GmbH



- Die Branchensieger und gleichzeitig auch die ersten vier Plätze in der Gesamtkategorie Print. Von links: Holger Felten (ROSE PISTOLA GmbH), Claus Gerlach (Pfeiffer Vacuum GmbH), Miriam Feuerstein (Haberkorn Ulmer GmbH), Rolf Herzog (Festool GmbH) mit dem Vorstand der TANNER AG, Georg-Friedrich Blocher



Preisträger und Nominierte bei »INKA – Der Wettbewerb« 2009

Kategorie Print

Gesamtsieger

- Pfeiffer Vacuum GmbH | The Vacuum Technology Book Volume 1

2. Platz

- Haberkorn Ulmer GmbH | Arbeitsschutz Hauptkatalog | 2009

3. Plätze

- Festool GmbH | Katalog Festool 09/10
- Spectral Lichttechnik GmbH | Basiskatalog 2010 | 2011

Branchensieger Kategorie Print:

- *Bau*: Spectral Lichttechnik GmbH
- *Handel*: Haberkorn Ulmer GmbH
- *Maschinen/Geräte*: Pfeiffer Vacuum GmbH
- *Werkzeuge*: Festool GmbH

Nominierte für den Gesamtsieg in der Kategorie Print:

- ACO Passavant GmbH | ACO Haustechnik K9
- Festool GmbH | Katalog Festool 09/10
- Haberkorn Ulmer GmbH | Arbeitsschutz Hauptkatalog | 2009
- Leitz GmbH & Co. KG | Leitz-Lexikon Edition 5
- Pfeiffer Vacuum GmbH | The Vacuum Technology Book Volume 1
- Siemens AG | NC 61 – 2010
- SIKO GmbH | Katalog 10/2008
- Spectral Lichttechnik GmbH | Basiskatalog 2010 | 2011
- U. I. Lapp GmbH | Hauptkatalog 2008/09
- Wiha Werkzeuge GmbH | Produktkatalog 2009/2010

Laudatio für The Vacuum Technology Book Volume 1 der Pfeiffer Vacuum GmbH ► Jean-Claude Parent

»Selten habe ich so viel Einmütigkeit bei einer Juryentscheidung erlebt wie in diesem Fall. Unser Fazit lautete: Hier hat jemand neue Maßstäbe gesetzt und den Zweck eines Katalogs neu definiert! Schon beim Lesen der Zeile »Wir geben alles für das Nichts« ist man irritiert und beeindruckt zugleich. Hier nimmt sich jemand so souverän zurück, dass man sich dem Inhalt beinahe in tiefer Demut nähert. Mit dem »Nichts« ist übrigens Vakuum gemeint. Und neben der perfekten Aufbereitung des gesamten Produkt- und Leistungssortiments dieses Unternehmens, seiner Standorte, Ansprechpartner und Services, der Hilfefunktion eines Lesezeichens mit Umrechnungstabellen, der Orientierung für das geeignete Produkt oder Verfahren, allen Daten und Fakten für den Bestellprozess, sowie einem beeindruckenden Anhang mit weiteren Auswahlhilfen, Einheiten- und Formelbezeichnungen, Symbolen, einem Index und vielem mehr ist man geplättet von der Aufbereitung der Vakuum-Technologie an sich. Hier belegt ein Unternehmen Systemkompetenz, wie wir es selten – ich persönlich noch nie – gesehen haben. Eine Vertrauenszugabe, die den Kaufentscheidungs- und Kundenbindungsprozess positiv beeinflusst. Deshalb trägt der Katalog völlig zu Recht den Titel »The Vacuum Technology Book« und verdient den ersten Preis in der Kategorie Print. Er geht an die Pfeiffer Vacuum GmbH in Asslar. Herzlichen Glückwunsch!«

Kategorie Online

Gesamtsieger

- Nicht vergeben

2. Platz

- Festool GmbH | www.festool.de

3. Platz

- REIFF GmbH | www.reiff-tpshop.de

Branchensieger Kategorie Online:

- *Handel*: REIFF GmbH
- *Maschinen/Geräte*: Festool GmbH

Nominierte für den Gesamtsieg in der Kategorie Online:

- Bechtle AG | www.bechtle.de
- Festool GmbH | www.festool.de
- Inmac GmbH | www.inmac.de
- REIFF GmbH | www.reiff-tpshop.de
- U. I. Lapp GmbH | www.lappkabel.de

Sonderkategorie Medienübergreifender Katalog

Gesamtsieger

- U. I. Lapp GmbH | Hauptkatalog 2008/2009 | www.lappkabel.de

Laudatio für den Online-Katalog festool.de der Festool GmbH ► Jean-Claude Parent

»Was hat man nicht alles schon über integrierte Kommunikation und dergleichen gehört. Der mit dem diesjährigen zweiten Platz bei »INKA – Der Wettbewerb« ausgezeichnete Online-Katalog ist der Beweis dafür, wie Online-Marketing und -vertrieb konsistent und professionell ins Netz übersetzt werden können. Und dies ungehindert eines noch existierenden, mehrstufigen Vertriebs. Die Branchen- oder Produktnavigation führt mühelos zu den richtigen Produkten. Ein eigener Online-Ersatzteilkatalog schafft noch Zugang zu längerer Lebensdauer. Die Angebote im Servicebereich sind einzigartig und vermitteln das Gefühl, es nicht nur mit einer »Kümmererorganisation« zu tun zu haben, sondern mit »MyFestool.de« sogar Teil der Community zu sein. Technisch auf höchstem Niveau nutzt der Auftritt die Möglichkeiten im Internet aus, verzichtet aber auf Spielereien. Bei jedem neuen Zugang zur Homepage überrascht das Schaufenster mit einer »neuen Deko«. So bleibt der Auftritt stets frisch und aktuell. Ein wunderbares Portal, das belegt, was Online-Kataloge heute im Geschäftsprozess leisten können. Dafür wird die Festool GmbH in Wendlingen mit dem zweiten Platz in der Kategorie Online ausgezeichnet.«

»Werthaltigste und professionellste Cross-Channel-Veranstaltung«

»INKA – Das Katalog-Forum« wurde umrahmt von einer attraktiven Fachausstellung. Hier informierten sich die Besucher in den Vortragspausen intensiv über die neuesten Trends und Technologien im Katalog-Bereich.

Horst Huber, Geschäftsführer der WERK II Medien- und Informationsgesellschaft mbH, war vor allem vom großen

Interesse an seinem Produkt begeistert. Dem Branchenevent stellt er ein sehr gutes Zeugnis aus: »»INKA – Das Katalog-Forum« gehört eindeutig zu den fachlich werthaltigsten und professionellsten Cross-Channel-Veranstaltungen Deutschlands. Wir warten gespannt auf die nächste tolle Veranstaltung der TANNER AG.«



► Aussteller bei »INKA – Das Katalog-Forum« 2010 waren folgende Unternehmen:



Ein Rückblick auf »INKA – Das Katalog-Forum« 2010



► Georg-Friedrich Blocher, TANNER AG

Der Eröffnungsvortrag von »INKA – Das Katalog-Forum« hat die Frage »Wie tickt Ihr Kunde?« ins Zentrum gestellt – und weniger die Frage nach Print oder Online als dem Medium der Zukunft. Ausgangspunkt von Georg-Friedrich Blocher, dem Vorstand der TANNER AG, war die Feststellung: »Wir beobachten heute auf vielen Feldern, dass es zwischen Produkten – ja sogar zwischen den angebotenen Lösungen – zu einer echten Pattsituation gekommen ist.« Worauf es ankomme, sei daher Mehrwert für den Kunden im Sinne von »wahrgenommenem Kundennutzen«. Sein Fazit: Ohne exzellente Informationen, ohne hervorragende Kommunikation keine Mehrwert-Wahrnehmung beim Kunden. Da der Kunde aber ein komplexes System aus vielen Menschen, Rollen, Anforderungen und Zielen sei, gewinne diesen Informationswettbewerb derjenige, der es schafft, dieser Komplexität gerecht zu werden.

Untersuchung zum Multi-Channel-Verhalten von Konsumenten. Beispielsweise suchten 27,2 % der Befragten vor dem Kauf im Online-Shop den stationären Handel auf, um weitere Informationen zum Produkt einzuholen. Zu den Gründen, wiederum nach einer Information im Internet im stationären Handel zu kaufen, gehört bei 81,2 % der Befragten, dass sie das Produkt direkt mitnehmen können, ebenfalls 81,2 % möchten das Produkt sehen oder anfassen, bevor sie es kaufen und immerhin die Hälfte, nämlich 53,8 %, möchte sich vor dem Kauf persönlich beraten lassen.

► Dr. Kai Hudetz, E-Commerce-Center Handel

Immer wieder wird die Hypothese in den Raum gestellt, dass Papierkatalogen im Online-Zeitalter künftig kaum noch Bedeutung zukommt. Wie sieht jedoch die Realität aus? Wie passen Kataloge zum veränderten Mediennutzungsverhalten insbesondere jüngerer Zielgruppen? Welche Rolle spielen sie wirklich bei der Kaufanbahnung und Kaufentscheidung? Dr. Kai Hudetz vom Kölner E-Commerce-Center Handel präsentierte den Teilnehmern Ergebnisse einer repräsentativen

► Martin Meyer, Bechtle AG

»Eine kurze Geschichte über die erfolgreiche B2B-Vermarktung von margenschwachen IT-Produkten« hatte Martin Meyer den INKA-Besuchern mitgebracht. Der Head of E-Procurement der Bechtle AG konnte zeigen, wie der IT-Anbieter durch eine beeindruckende Multi-Channel-Strategie mehr als 40.000 Produkte vertreibt. Folgende Eckdaten verdeutlichen die Dimension der Vertriebs- und Marketingkommunikation: Ein Gesamtkatalog, der zweimal jährlich in einer Auflage von 150.000 Stück in 15 Ländervarianten erscheint, ein Online-Shop in acht Sprachen mit über 21.000 Kundenanbindungen, 750 Vertriebsmitarbeiter, durchschnittlich 285 Produktneuheiten pro Woche – und tägliche Preisänderungen bei 40 Prozent aller Produkte.





► **Edmund Engeldinger**, Siemens AG, Industry Sector

Edmund Engeldinger, Head of Industry Sector Information and Translation Services, hat aufgezeigt, wie die Siemens AG kundenzentrierte Dokumentationsprozesse betreibt. Die Zielsetzung einer hohen Vielfalt für den Kunden wird erreicht, indem sämtliche Informationen mittels eines reichhaltigen Informationsmodells ausgezeichnet und dann durch hoch automatisierte Prozesse in unterschiedlichen Informationsprodukten publiziert werden. Kern des Vortrags war die Vorstellung des Siemens-eigenen »myDocumentation Managers«, in dem der Kunde individuell konfigurierte Informationsbausteine erhält, die er einschließlich automatischer Änderungen bei Aktualisierungen in seine Systeme übernehmen kann. Der Vortrag konnte so einen Weg weisen, wie die Vielfalt der Kundenanforderungen durch komplexe Systeme mit einfachen Schnittstellen für den Anwender realisiert werden kann.

► **Prof. Dr. Tobias Langner**, Bergische Universität Wuppertal

»Ich möchte Sie emotionalisieren«, mit diesem Vorhaben eröffnete Professor Dr. Tobias Langner, Inhaber des Marketing-Lehrstuhls der Bergischen Universität Wuppertal, den zweiten Forumstag. Zu Beginn lud er die Teilnehmer ein, die aktuellen und die Kunden von morgen erst einmal kennen zu lernen: Wie kommunizieren sie und wie empfangen sie Informationen? Die Erkenntnis: zwei Extreme bei zwei Zielgruppen. »Doch«, so Langner, »wie sehr die Zielgruppe der Zukunft das Internet

als Suchmedium auch benötigt – bei der Kaufentscheidung ist sie viel traditioneller, als wir angenommen haben.« Das Fazit seines Vortrags: Die gezielte Emotionalisierung der Kundenansprache sowohl über Print- als auch über Online-Medien ist entscheidend.

► **Martin Lude**, Festo AG & Co. KG

Wie viele unterschiedliche Marketingtools die Festo AG & Co. KG im Einsatz hat und welche Bedeutung diese aus Kunden- und Lieferantensicht haben, beleuchtete Martin Lude, Leiter der Marketingservices im Vertrieb Deutschland, in seinem Vortrag. Der Beitrag lieferte unter anderem die Erkenntnis, dass es sich auch in Zukunft lohnt, in den Print-Katalog zu investieren.

► **Sven-Ole Binder**, RAPP Germany GmbH

Dass Offline-Kataloge, allen Unkenrufen zum Trotz, auch weiterhin Erfolgsgeschichte schreiben, weiß Sven-Ole Binder, Geschäftsführer der RAPP Germany GmbH. Vorausgesetzt, wir machen aus ihnen wahre Teamplayer im Zusammenspiel mit den anderen Kanälen und integrieren exzellentes, kundensegmentiertes Marketing.



»Wertvolle Impulse und inspirierende Vorträge«

»Ich habe wertvolle Impulse und auch Kontakte aus der Veranstaltung mitnehmen können. Der Rahmen und auch die Vorträge waren sehr inspirierend. Sehr gut gefallen hat mit der Vortrag von Sven-Ole Binder, der vom Inhalt und Vortragsstil überzeugend, informativ und unterhaltsam war. Für mich letztlich der Vortrag, der auch deutlich zeigte: Der Katalog ist auch weiterhin ein wichtiges Instrument im Marketingmix. Die Abstimmung und Ausrichtung muss aber den technischen Möglichkeiten angepasst werden.«

MICHAEL LINDSTEDT, eBusiness and Customer Relationship Management,
BSH Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH

»»INKA – Das Katalog-Forum« hat mir sehr gut gefallen. Die Vorträge waren inhaltlich sehr wertvoll und durch den Mix aus Theorie- und Praxis-Referaten war für jeden Geschmack etwas dabei. Ein weiteres Highlight war sicherlich die Preisverleihung, die in einem sehr edlen Rahmen stattgefunden hat.«

SUSANNE KEIM, Marketing-Assistentin
LIQUIMOLY GmbH

»In einem angenehmen Ambiente wurden beim diesjährigen »INKA – Das Katalog-Forum« Themen beleuchtet, die auch einen alten Hasen in Sachen Product-Information-Management staunen ließen. Neue Aspekte zu vermeintlich längst ausdiskutierten Positionen, die uns gezeigt haben, dass noch ein gutes Stück Arbeit vor uns liegt, um die Kundenkommunikation zu optimieren.«

STEPHAN SCHULTE, Senior Manager Product Data Management
PHOENIX CONTACT GmbH & Co.KG



Gratulation!

Unter allen Teilnehmern, die einen Feedbackbogen zu »INKA – Das Katalog-Forum« ausgefüllt haben, wurde ein iPod touch von Apple verlost. Gewinnerin ist Barbara Koegel von BSH Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH. Herzlichen Glückwunsch!

Ausblick

Zwei große Themen, »INKA – Das Katalog-Forum« und das »DOKU-FORUM«, bestimmen den Veranstaltungskalender der TANNER AG. Um jedem Thema die gebührende Aufmerksamkeit zukommen lassen zu können, werden diese Veranstaltungen ab sofort im jährlichen Wechsel stattfinden. Die INKA-Initiative legt damit eine Pause ein. »INKA – Das Katalog-Forum« findet wieder statt im Frühjahr 2012. »INKA – Der Wettbewerb« startet bereits Anfang 2011. Wir würden uns freuen, wenn Sie dann wieder Ihren Print-Katalog und Online-Shop zu »INKA – Der Wettbewerb« einreichen und sich damit um einen »INKA« bewerben. Mit unserem INKA-Newsletter halten wir Sie auf dem Laufenden. Abonnieren können Sie unseren Newsletter unter www.inka2010.de.

IMPRESSUM

Herausgeber
TANNER AG
Kemptener Straße 99
D-88131 Lindau (B)
T +49 8382 272-0
F +49 8382 272-900
E info@tanner.de
<http://www.tanner.de>

Verantwortlich: Dr. Sven Bergert

Redaktion und Mitarbeit bei dieser Ausgabe:
Lena Sattler, Andreas Schlenkhoff,
Florian Staudacher

Druck: Druckerei Kling

Adressen

TANNER AG

Kemptener Straße 99, D-88131 Lindau (B)
Tel. +49 8382 272-119
Fax +49 8382 272-900
E-Mail: info@tanner.de

Niederlassung Braunschweig

Carl-Miele-Straße 4, D-38112 Braunschweig
Tel. +49 531 215-7858
Fax +49 531 231-7531
E-Mail: braunschweig@tanner.de

Niederlassung Erlangen

Henkestraße 91, D-91052 Erlangen
Tel. +49 9131 970028-15
Fax +49 9131 970028-88
E-Mail: erlangen@tanner.de

Niederlassung Frankfurt-Eschborn

Mergenthalerallee 77, D-65760 Eschborn
Tel. +49 6196 77933-95
Fax +49 6196 77933-98
E-Mail: frankfurt@tanner.de

Niederlassung Hamburg

Lübecker Straße 1, D-22087 Hamburg
Tel. +49 40 702918-75
Fax +49 40 702918-83
E-Mail: hamburg@tanner.de

Niederlassung München

Freisinger Landstraße 74, D-80939 München
Tel. +49 89 321957-37
Fax +49 89 321957-34
E-Mail: muenchen@tanner.de

Niederlassung Paderborn

Balduinstraße 1, D-33102 Paderborn
Tel. +49 5251 879718-12
Fax +49 5251 879718-88
E-Mail: paderborn@tanner.de

Niederlassung Reutlingen

Gerhard-Kindler-Straße 6, D-72770 Reutlingen
Tel. +49 7121 144934-0
Fax +49 7121 144934-20
E-Mail: reutlingen@tanner.de

TANNER s.r.l.

Via G. Mazzini 2, 22073 Fino Mornasco, Italy
Tel. +39 031 40525-00
Fax +39 031 40525-01
E-Mail: info@tanner.it

TANNER Vietnam Ltd.

House 43D/8 Ho Van Hue St. Ward 9, Phu
Nhuan District, VN-70999 Ho Chi Minh City
Tel. +84 8 9973-452
Fax +84 8 9973-465
E-Mail: vietnam@tanner.de

Tanner Translations GmbH+Co

Markenstr. 7, D-40227 Düsseldorf
Tel. +49 211 179665-0
Fax +49 211 179665-29
E-Mail: info@translations.tanner.de

Nachdruck – auch auszugsweise – nur mit schriftlicher Genehmigung erlaubt. Für unverlangt eingesandte Manuskripte und Fotos übernimmt die TANNER AG keine Haftung.

Das ABZ erscheint sechs- bis achtmal jährlich und wird kostenlos an Interessenten verteilt. Ein Rechtsanspruch besteht nicht.

TANNER