

ABZ

**WIE IHR PRODUKTIONSPROZESS
VOM PRODUKTBASIERTEN
MODULARISIEREN PROFITIERT**

DIE APP DER ZUKUNFT

30 JAHRE TANNER: CHRONIK TEIL 2

**AUDIO-PODCASTS IN DER
TECHNIKKOMMUNIKATION**

**INDUSTRIALISIERTE
ANIMATIONSERSTELLUNG**



INHALT 03/2014

- 03 »INNOVATIVE IMPULSE, UM DIE TECHNISCHE DOKUMENTATION ZU VERBESSERN«
- 04 WIE IHR PRODUKTIONSPROZESS VOM PRODUKTBASIERTEM MODULARISIEREN PROFITIERT
- 06 DIE APP DER ZUKUNFT
- 08 STANDARDISIERT. ANIMIERT. KAPIERT: INDUSTRIALISIERTE ANIMATIONSERSTELLUNG
- 09 AUDIO-PODCASTS IN DER TECHNIKKOMMUNIKATION
- 10 TERMINAUSBlick DOKU-FORUM 2015 VIER LEHRLINGE STARTEN IHRE AUSBILDUNG BEI DER TANNER AG
- 11 30 JAHRE TANNER: CHRONIK TEIL 2

EDITORIAL

Vor genau 30 Jahren schlug die Geburtsstunde der E-Mail in Deutschland mit den Worten »This is your official welcome to CSNET. We are glad to have you aboard.« Ebenfalls 1984 erblickte Bastian Schweinsteiger im bayerischen Kolbermoor das Licht der Welt. Und last but not least wurde im gleichen Jahr am 01. Oktober TANNER gegründet. In einer kleinen Wohnung begannen Helmut und Edda Tanner ihre Arbeit. Dies konnten Sie bereits im ersten Teil der TANNER-Chronik in der letzten ABZ-Ausgabe lesen. Was die Jahre 1995 bis 2004 prägte, erfahren Sie im zweiten Teil unserer Chronik.

In dieser ABZ-Ausgabe verraten wir Ihnen außerdem, wer der Industriepartner der bereits 9. Auflage des TANNER-Hochschulwettbewerbs ist. Wir entführen Sie in die Welt der HTML5-Apps und Sie erhalten Informationen zur industrialisierten Erstellung von Animationen.

Ich wünsche Ihnen eine abwechslungsreiche Lektüre!

Ihr



Stefan Kügel



»INNOVATIVE IMPULSE, UM DIE TECHNISCHE DOKUMENTATION ZU VERBESSERN«

Jerome Leicht, Abteilungsleiter Internationale Produktinformation bei der Bosch Thermotechnik GmbH, im Interview zum 9. TANNER-Hochschulwettbewerb

Die Bosch Thermotechnik GmbH stellt die Aufgabe für den 9. TANNER-Hochschulwettbewerb. Der jährliche Wettbewerb, ausgerichtet von der TANNER AG, richtet sich an Studierende der Technischen Dokumentation und Kommunikation an deutschsprachigen Hochschulen. Im Interview verrät Jerome Leicht, welche Erwartungen Bosch Thermotechnik hat, und gibt Studierenden Tipps zur erfolgreichen Teilnahme. Die Ratschläge von Jerome Leicht sind besonders wertvoll, schließlich kennt er den TANNER-Hochschulwettbewerb aus eigener Erfahrung als mehrfaches Jurymitglied.

Herr Leicht, Sie sind in diesem Jahr nicht nur Juror, sondern auch Aufgabensteller des TANNER-Hochschulwettbewerbs. Erzählen Sie doch kurz, was die Bosch Thermotechnik GmbH macht und was Ihre Aufgabe dort ist?

Jerome Leicht: Bosch Thermotechnik gehört zur Bosch Gruppe und ist ein weltweit führender Anbieter energieeffizienter Lösungen für Raumklima und Warmwasserkomfort. Ich bin Abteilungsleiter für die internationale Produktinformation und arbeite mit einem Team von 17 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern an zwei Standorten. Mehr als 30 Kolleginnen und Kollegen sind in die Erstellung der Produktinformationen eingebunden.

Bosch Thermotechnik ist Aufgabensteller des 9. TANNER-Hochschulwettbewerbs. Wie entstand die Idee?

Ich verfolge den TANNER-Hochschulwettbewerb bereits von Anfang an und schon zweimal war ich selbst als Jury-Mitglied dabei – was jedes Mal sehr spannend war! Die Jurytätigkeit ist interessant, da ich die Hochschulteams kennen lernen und Kontakt zu den Studierenden knüpfen konnte. Beide Male wurden sehr kreative Ideen eingereicht und engagiert vorgestellt!

Haben Sie aus Ihrer Jury-Erfahrung Tipps für die Studierenden? Wie können die Studierenden-Teams vom TANNER-Hochschulwettbewerb profitieren?

Meiner Erfahrung nach sollten die Studierenden Wert legen auf eine gut ausgearbeitete und vorbereitete Präsentation. Natürlich muss auch die Basis stimmen – also ein kluges Konzept und eine kreative Umsetzung der Aufgabenstellung. Und je professioneller die Studierenden dann vor der Wettbewerbsjury auftreten, desto besser kommt nachher deren Vorschlag an. Für die spätere Bewerbungsphase ist es außerdem hilfreich, wenn man schon mal Gespräche mit Industrievertretern geführt hat. Die Studierenden können bereits früh

Beziehungen zu Firmen aufbauen und lernen so mehr über die späteren Aufgabenstellungen des Berufs.

Verraten Sie schon einen ersten Hinweis zur Aufgabe?

Die Aufgabe wird endkundenorientiert sein, deshalb ist sie für die Studierenden sehr zugänglich. Sie können sich schnell in die Situation hinein versetzen und die Inhalte werden einfach recherchierbar sein.

Zum Schluss noch eine persönliche Frage: Was haben Sie denn studiert und haben Sie persönliche Studien-Tipps?

Ich habe zuerst eine Ausbildung als Heizungsbauer gemacht und anschließend an der Fachhochschule in Esslingen Versorgungstechnik studiert. Ebenfalls dort habe ich im Anschluss ein Studium im Wirtschaftsingenieurwesen absolviert. Mein persönlicher Ratschlag an die Studierenden lautet, über den Tellerrand hinaus zu schauen und zu erfahren, wie es in anderen Ländern läuft. Ich habe im Studium mein Praxissemester in Schweden gemacht und dort in einem Ingenieurbüro und bei einer produzierenden Firma für Klimatechnik gearbeitet. Meine Diplomarbeit habe ich dann in Brighton, England, geschrieben. Noch heute profitiere ich von meinen damaligen Auslandserfahrungen.

Vielen Dank für das Gespräch. Wir freuen uns auf einen spannenden 9. TANNER-Hochschulwettbewerb gemeinsam mit der Bosch Thermotechnik GmbH.

Anmeldung und Information:

Elena Bernert: Telefon +49 8382 272-106, E-Mail: info@tanner.de
tanner.de/hochschulwettbewerb

Ablauf und Termine:

- 31. Dezember 2014 Anmeldeschluss
- 7. Januar 2015 Versand der Aufgabenstellung
- Januar – März 2015 Bearbeitungszeitraum
- 31. März 2015 Einsendeschluss
- 6. Mai 2015 Jurysitzung & Preisverleihung
- 7. Mai 2015 DOKU-FORUM in Schwarzenberg, Österreich

WIE IHR PRODUKTIONSPROZESS VOM PRODUKT-BASIERTEN MODULARISIEREN PROFITIERT

Dieser Beitrag ist ein Abstract des gleichnamigen Vortrags des TANNER-Mitarbeiters Jürgen Schnurr, der zu diesem Thema auf der tekom-Jahrestagung 2014 referiert.

Zwei Definitionen:

- **Produktdetail** – Moderne Produkte bestehen aus Bauteilen und Software. Ein Produktdetail kann eine Baugruppe, ein Bauteil, eine Softwarekomponente oder eine Softwarefunktion sein.
- **Produktstruktur** – Die Produktstruktur zeigt, wie sich das Produkt aus den Produktdetails zusammensetzt. Bei rein mechanischen Produkten kommt eine funktionale Stückliste der Produktstruktur am nächsten. Aber die Produktstruktur umfasst auch die Software. Ein Beispiel für gute Produktstrukturen sind Geräteaufbaupläne (GAPL).

Ist Modularisieren eine Innovation?

Modularisieren wird oft als der Königsweg zu guter und bezahlbarer Technischer Dokumentation gepriesen. Das Argument ist, dass durch Wiederverwenden von bereits erstellten Modulen die Menge an zu schreibendem und zu übersetzendem Text kleiner wird und somit die Aufwände beim Erstellen und Übersetzen sinken. Bei großen Dokumentationsprojekten können mehrere Redakteure einfacher zusammenarbeiten, weil sie jeweils nur ein kleines Dokumentationsfragment statt des ganzen Dokuments bearbeiten.

Aber dies ist nichts Neues. FrameMaker- oder Interleaf-Anwender kennen solch modulare Dokumente seit Jahrzehnten. Natürlich hat man die Dokumente für neue Produkte nicht immer von Grund auf neu geschrieben, sondern hat Varianten-Management eingesetzt oder ein neues Dokument von einem bestehenden Dokument abgeleitet. Das heißt, das Modularisieren von Dokumenten ist keine Neuheit und kann somit keine Wunder bewirken. Mit dem Umstieg auf DITA und/oder der Einführung eines Redaktionssystems kann man effizienter mit kleineren Modulen arbeiten. Ein Redaktionssystem ermöglicht einer organisierten Redaktion, mehr Module im Griff zu haben.

Warum reden alle vom »alten Hut« Modularisieren?

Bei der Softwareerstellung, in der Produktion und auf dem Bau werden schon seit langer Zeit Produkte modular erstellt. Aber dort ist das Arbeiten mit Modulen ein übliches Verfahren, über das kaum noch grundsätzlich diskutiert wird. Wenn in der Technischen Dokumentation seit langem modularisiert wird und trotzdem immer noch darüber diskutiert wird, müssen grundsätzliche Probleme existieren.

Wieso funktioniert das Modularisieren von Dokumenten häufig nicht?

Modularisieren von Dokumenten bedeutet, dass man nach wie vor das Dokument in den Mittelpunkt stellt. Zu oft werden die Module nicht als eigenständige Objekte verstanden, sondern als Teile eines Ganzen behandelt. Wenn man diese dokumentbezogene Sichtweise auch bei komplexen Produkten bzw. Produktreihen beibehält, schieben sich die Nachteile der Modularisierung immer stärker in den Vordergrund: Man denkt weiterhin dokumentzentriert, aber dokumentbezogene Arbeitstechniken wie »Suchen« oder »Suchen & Ersetzen« über das Dokument funktionieren nicht. Je feiner man modularisiert, desto mehr Module müssen verwaltet werden. Je mehr Module existieren, desto größer ist die Gefahr, dass Dubletten angelegt werden. Da die Module zu stark im Kontext der Dokumente stehen, ergibt sich folgendes Spannungsfeld: Wenn man konkret auf das Produkt eingeht, sind die Module nicht mehr wiederverwendbar. Wenn man starken Fokus auf die Wiederverwendbarkeit legt, besteht die Gefahr, dass nichtssagende, abstrakte Module entstehen. Die Metadaten der Bausteine sind eine Herausforderung: Wenn zu wenige Metadatenfelder vorliegen, kann man die Bausteine nicht finden. Wenn zu viele vorliegen, steigt der Verwaltungsaufwand. Damit steigt auch das Risiko von unvollständig oder falsch befüllten Metadatenfeldern. Sehr häufig schleicht sich bei den Redakteuren das Gefühl ein, dass sie das Dokument nur zerlegen, um es dann wieder zusammenzubauen.

Die Idee, Dokumente zu modularisieren, ist der falsche Weg

Erfolgreiche Software- und Produktionsprozesse modularisieren keine Programme bzw. Produkte, sondern setzen Endprodukte aus Modulen zusammen. Die Module selbst sind eigenständig. Die Idee, Dokumente zu modularisieren, bedeutet im Idealfall: Man zerlegt das Dokument in Module und verwendet diese Module in anderen Dokumenten wieder.

Dieser auf den ersten Blick logische und eingängige Weg führt bei der konkreten Umsetzung zu Problemen. Denn die Module werden nach wie vor aus Dokumentensicht geschrieben. Es ist illusorisch zu erwarten, dass beim Zerlegen von Dokumenten Standardbausteine entstehen. Vor allem, wenn man beachtet, dass die meisten Dokumente durch Ableiten aus anderen Dokumenten entstehen.

Beim Ableiten entstehen Änderungen im Dokument nicht nur wegen anderer Sachverhalte in den jeweiligen Produkten, sondern auch, weil subjektive Ansichten der beteiligten Ingenieure und Redakteure einfließen. Die Unterschiede

durch subjektive Änderungen beschränken sich nicht auf Formulierungsmuster. Sie können auch das Erwähnen oder Weglassen von Details sein. Die eine Person hält sie für wichtig, die andere nicht. Nur durch Vergleichen der Dokumente kann man diese subjektiven Änderungen nicht erkennen, dies erfordert zusätzlich fundierte Produktkenntnisse.

Technische Dokumentation kann man nicht vom Produkt lösen

Die Gliederung des Dokuments ist eine Struktur, die es den Anwendern leicht macht, die notwendigen Informationen zu finden. Die Module müssen im Dokument in dieser Struktur angeordnet werden. Es stellen sich jedoch folgende Fragen:

- Weshalb versucht man, die Module entsprechend dieser Struktur zu verwalten?
- Weshalb orientiert man sich bei der Verwaltung nicht an der Struktur des Produkts?

Technische Dokumentation ist Produktinformation. Man kann sie nicht beliebig organisieren. Um eine gute Technische Dokumentation zu erstellen, müssen die Redakteure die Struktur des Produktes kennen und verstehen, wie Funktionen des Produktes von den Produktdetails abhängen. Nur dann sind sie in der Lage zu verstehen, auf welche Stellen im Dokument sich Änderungen von Produktdetails auswirken. Leider ist dieses Wissen zu häufig nicht explizit im Dokument hinterlegt, sondern befindet sich ausschließlich in den Köpfen der Redakteure. Deshalb ist es so schwierig, Dokumente zu bearbeiten, die von anderen Personen erstellt wurden.

Wie kann man effektiv modularisieren?

Man organisiert die Module entsprechend der Produktstruktur. Jedes Datenmodul wird einem Produktdetail zugeordnet. Umgekehrt betrachtet hat jedes Produktdetail die Datenmodule zugeordnet, die von ihm beeinflusst werden. Das Verknüpfen der Module mit den zugehörigen Produktdetails hat folgende Vorteile: Die Zuordnung zwischen Produktinformation und Produktdetail wird explizit. Wie wiederverwendet wird, entscheiden die Produkte. Wenn ein neues Produkt ein Produktdetail wiederverwendet, verwendet das neue Dokument die Module des Produktdetails. Da man weiß, welche Varianten zu einem Produktdetail tatsächlich vorliegen, kann man eine gute Entscheidung zur Detailtiefe und den erforderlichen Modul-Varianten treffen. Wenn sich zwei Produktdetails nur in Sachverhalten unterscheiden, die für die Technische Dokumentation nicht relevant sind, kann man ihnen dieselben Module zuordnen. Die Position des Produktdetails in der Produktstruktur gibt vor, welche Informationen ein Modul enthalten darf, ohne seine Wiederverwendbarkeit einzuschränken.

Regeln zur Erhaltung der Wiederverwendbarkeit von Modulen

- *Ein Produktdetail weiß, wie es aufgebaut ist:* Wenn das Modul die interne Struktur eines Produktdetails beschreibt, bleibt es wiederverwendbar.
- *Ein Produktdetail weiß nicht, wo es eingebaut wird:* Wenn das Modul beschreibt, wo das Produktdetail enthalten ist, schränkt es seine Wiederverwendbarkeit ein. Das gilt auch dann, wenn das Produktdetail zur Zeit nur in diesem Kontext verwendet wird. Denn das kann sich in Zukunft ändern.
- *Ein Produktdetail weiß nicht, neben wem es eingebaut wird:* Wenn das Modul beschreibt, wie das Produktdetail mit einem anderen zusammenarbeitet, schränkt es seine Wiederverwendbarkeit ein. Das Zusammenspiel von benachbarten Produktdetails muss das Modul eines übergeordneten Produktdetails beschreiben.

Hören Sie den kompletten Vortrag: Dienstag, 11. November 2014, von 13:45 – 14:30 Uhr auf der tekom in Raum C6.2 im OG.

DIE APP DER ZUKUNFT

In vielen Unternehmensbereichen – ob in der Technischen Dokumentation, im Marketing oder im Einkauf – wachsen Wunsch und Notwendigkeit, Inhalte online nicht nur über klassische Webseiten anzubieten, sondern die Inhalte bestehender Apps mit den Funktionen mobiler Endgeräte zu verknüpfen. Dieser Artikel beschreibt den Nutzen einer Verknüpfung und stellt die Technologien vor, die eine übergreifende Inhaltsnutzung ermöglichen.

Gerade für die Bereitstellung und Integration von technischen Informationen bieten Apps, die Funktionen mobiler Endgeräte nutzen, vielfältige Einsatzmöglichkeiten. Ein Beispiel: Der Installateur macht ein Foto eines Barcodes, der an einer Heizung angebracht ist und bekommt dadurch einen direkten Zugang zu der Betriebsanleitung und zu einer Übersicht der notwendigen Ersatzteile. Der Wartungstechniker kann vor Ort über die Fehlernummer am Gerät auf die dafür relevante Dokumentation zugreifen und ggf. bestehende Erfahrungen seiner Kollegen im Umgang mit diesem Fehler nutzen.

Bevor dieses Szenario Wirklichkeit wird, sind zuvor folgende Fragestellungen zu beantworten:

1. Wie können Inhalte verschiedener Apps übergreifend genutzt und integriert werden?
2. Wie bleiben Kosten und Aufwand für die Pflege und Weiterentwicklung einer ständig steigenden Anzahl von Devices und Betriebssystemen überschaubar?

Aktuell eingesetzte Technologien: HTML5-Webseiten und native Apps

Der Trend zur übergreifenden Inhaltsnutzung wird im Wesentlichen über zwei Umsetzungsstrategien bedient: HTML5 und native Apps. HTML5-Webseiten sind mit allen modernen Browsern und von allen Betriebssystemen nutzbar. Ob sie vom Desktop-PC oder Smartphone angesteuert werden, macht keinen Unterschied. Die Integration von Inhalten aus verschiedenen HTML5-Applikationen kann über Standard-Webtechnologien einfach realisiert werden. HTML5 bereitet Anwendern aber auch Kopfschmerzen. Noch stehen sie vor dem Hindernis, die Funktionen der jeweiligen mobilen Endgeräte nicht vollumfänglich nutzen zu können. So sind Funktionen wie Offline-Verfügbarkeit oder der Zugriff auf Kamera-Daten aktuell nicht über HTML5 lösbar.

Diese Herausforderungen werden im Moment von nativen Apps gelöst. Dabei handelt es sich um Programme für ein spezifisches Betriebssystem, die damit nur für eine Klasse von Endgeräten verwendbar sind. Die Apps greifen schnell und direkt auf die Funktionen der Geräte zu und können vorhandene Daten des Endgeräts optimal für ihre Bedarfe nutzen. Allerdings bedienen native Apps heterogene Zielgruppen mit unterschiedlichen Endgeräten und Betriebssystemen und müssen so für jede Betriebssystem-Variante entwickelt und gepflegt werden. Die Integration und Pflege von Inhalten geschieht für jede App individuell und bedeutet einen linear steigenden Aufwand mit der Anzahl der zu unterstützenden Betriebssysteme. Nötig ist auch eine vorausschauende Planung hinsichtlich der Schnittstellen für eine spätere Integration in andere Apps des Unternehmens.

Kann man nicht die Vorteile beider Umsetzungsstrategien kombinieren?

Wie könnten also die Funktionalität von HTML5 und der gleichzeitige Zugriff auf gerätenahe Funktionen gewährleistet werden? Diesen Bedarf versuchen im Moment die sogenannten »hybriden Apps« über eine Vielzahl von Frameworks abzudecken, die sowohl frei als auch kommerziell verfügbar sind. Jedes einzelne Framework hat individuelle Vor- und Nachteile und aktuell ist noch nicht entschieden, welche Technologie sich als zukunftsfähig etabliert.

Was nun?

Unter Federführung des W3C, dem Gremium zur Standardisierung des WWW und Hüter über XML- und HTML-basierte Standards, entsteht die Basis für die hybride App der Zukunft. Das W3C-Projekt »HTML5-Apps« definiert zur Zeit Erweiterungen zu HTML5, um die gestiegenen Anwender- und Funktionsbedarfe abzudecken.

Ziel dieses Projektes ist es, HTML5 so zu erweitern, dass gerätespezifische Funktionen standardisiert genutzt werden können. Damit wird es möglich, große Datenmengen lokal zu speichern und beispielsweise Kameradaten zu nutzen, ohne die Vorteile von HTML5 zu verlieren. Pflege und Weiterentwicklung können damit zentral über eine gemeinsame App erfolgen und nur spezifische Besonderheiten einzelner Endgeräte sind bei Bedarf individuell zu pflegen.

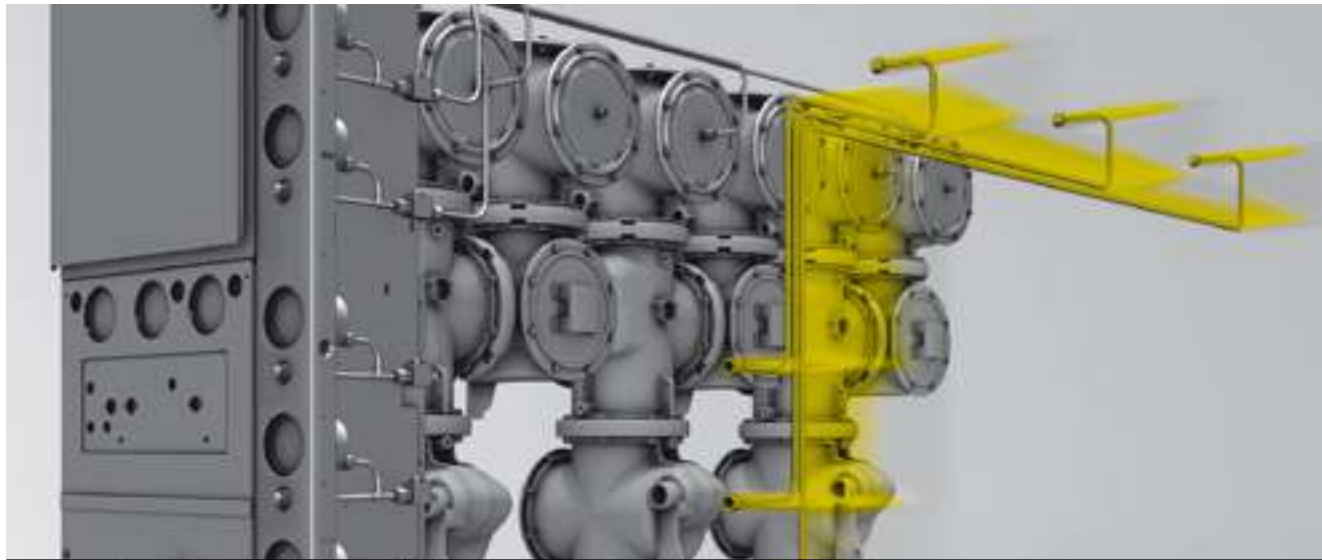
So weit so gut. Doch was ist heute schon machbar?

Die Programmierschnittstelle Apache Cordova setzt aktuell viele Funktionen aus dem Projekt »HTML5-Apps« um und nimmt damit bereits noch nicht erfolgte Standardisierungen vorweg. Das bestehende Framework »Phone Gap« nutzt Apache Cordova und ist bereits in produktiven Projekten erfolgreich im Einsatz.

Der Funktionsumfang ist noch nicht vollständig und aktuell auf die am häufigsten genutzten Funktionen der Endgeräte begrenzt. Die Leistungsfähigkeit von Funktionen mit hohen Anforderungen an die Hardware des Endgerätes ist geringer als bei nativen Apps. Beispielsweise verhalten sich Apps mit Animationen spürbar träger als der Anwender es von nativen Apps gewohnt ist.

Können Unternehmen also bereits heute HTML5-Apps als Alternative zu nativen Apps oder klassischen HTML5-Webseiten einsetzen? Die Entscheidung hängt davon ab, welche Funktionalitäten in der App konkret benötigt werden. Viele Anwendungsszenarien für Apps im Umfeld der Verteilung von technischer Information können schon heute zukunftssicher und mit den im Projekt »HTML5-Apps« erarbeiteten Standards umgesetzt werden. Solche Apps werden in Zukunft von den Weiterentwicklungen von »HTML5-Apps« profitieren.

Sie beschäftigen sich mit dem Thema »Apps« und möchten sich rund um »HTML5-Apps« informieren? Kontaktieren Sie TANNER-Experte Alexander Witzigmann:
Telefon +49 8382 272-142
E-Mail: alexander.witzigmann@tanner.de



STANDARDISIERT. ANIMIERT. KAPIERT. INDUSTRIALISIERTE ANIMATIONSERSTELLUNG



Wie lässt sich die Funktionsweise eines technischen Produkts verständlich darstellen? Wie kann der Austausch eines defekten Teils einer Maschine nachvollziehbar erklärt werden? Um komplexe Sachverhalte auf eine einfache und ansprechende Weise zu vermitteln, haben sich verschiedene Wege etabliert: Fotografien, grafische Visualisierungen und vor allem 3D-Animationen. Im Industrieumfeld finden Animationen insbesondere im Schulungs- und Servicebereich, in E-Learnings und in der Technischen Dokumentation Verwendung.

Auf der TANNER-Homepage ist seit kurzem eine eigene Themenseite zu finden, auf der Informationen zur »Industrialisierten Animationserstellung« bereitgestellt sind. »Industrialisiert« bezieht sich in diesem Kontext auf ein von TANNER entwickeltes Verfahren, mit dem sich Animationen auf Basis eines standardisierten Drehbuchs besonders wirtschaftlich erstellen lassen.

Auf der Seite ist eine kleine Film-Dokumentation zu finden, die zeigt, wie TANNER bei der Erstellung von 3D-Animationen vorgeht. TANNER-Animationsexperte Ralph Muhsau stellt den Produktionsprozess Schritt für Schritt vor und erläutert die Vorteile des industriellen Verfahrens.

Kern der Themenseite ist die Vorstellung von sechs Animationsprojekten, die TANNER für seine Kunden im industriellen Verfahren realisiert hat. Zu finden ist dort zum Beispiel eine Animation für die DMG Vertriebs & Service GmbH, die den Austausch eines Hydraulikzylinders zeigt, eine Animation für die VeriFone GmbH, die den mit Karte zahlenden Kunden im Bezahlvorgang an der Kasse anleitet, oder eine Animation für die Julius Blum GmbH, die den korrekten Austausch einer Gasfeder in der Beschlagsetzmaschine »MINI-PRESS« darstellt.

»In welchem Format benötigen Sie meine CAD-Daten eigentlich?« ist eine Frage, die TANNER-Projektmanager Sven Wolfsdorf im Rahmen von Animationsprojekten häufig gestellt bekommt. Um etwas Licht in den Datenformat-Dschungel zu bringen, hat er sich der Frage in einem Beitrag angenommen.

Fragen und weitere Informationen:

Bei Fragen zum Thema »Industrialisierte Animationserstellung« steht TANNER-Experte Ralph Muhsau gerne zur Verfügung:
Telefon +49 8382 272-122
E-Mail: ralph.muhsau@tanner.de
Informationsseite zum Thema: tanner.de/Animation

Die TANNERAG informiert Sie auf einem Info-Nachmittag rund um Animationen:

Ort: Dorint Kongresshotel, Mannheim
Datum: 04. Dezember 2014
Anmeldung: tanner.de/animation

AUDIO-PODCASTS IN DER TECHNIKKOMMUNIKATION

Auf Podcasts als Instrument im Kommunikationsmix setzt aktuell fast ein Drittel aller B2B-Unternehmen Nord-Amerikas. Zu diesem Ergebnis kommt eine Studie des renommierten Content Marketing Institutes für das Jahr 2014. Hierzulande darf die Quote deutlich niedriger geschätzt werden. Noch. Denn die Nutzenargumente dieses Mediums gerade für erklärungsbedürftige Produkte überzeugen rundum. Dieser Artikel beschreibt die wichtige Funktion von Audio-Podcasts im Kommunikationsmix des B2B.

B2B-Marketing muss Beschaffungsrisiken reduzieren

Wohl wichtigster Einflussfaktor auf die Kaufentscheidung von Menschen im beruflichen Kontext – also im so genannten B2B – ist die Höhe des Risikos, das sie mit der Beschaffung eingehen.

Auf Produktseite stellen die am Beschaffungsprozess Beteiligten in diesem Zusammenhang Fragen wie beispielsweise:

- Erfüllt das Produkt meine Leistungserwartungen?
- Zahle ich einen angemessenen Preis?
- Wie bewerte ich das Innovationsversprechen im Verhältnis zum Innovationsrisiko?
- Wie wartungsintensiv ist das Produkt?
- ...

Neben den Produktrisiken spielen auch so genannte Systemrisiken eine Rolle: Dazu gehören zum Beispiel die Bindung durch Rahmenverträge, die Liefertreue des Anbieters und die Gesamtfunktionalität in einem System mit anderen Komponenten bzw. Produkten.

Kommunikation im B2B-Marketing hat die maßgebliche Aufgabe, diese Risiken für die Buying Center auf Kundenseite zu minimieren. Bisher leisten Marketer dies über entsprechende Produktpositionierungen, relevante Vorteilsargumentationen, durchgängig korrekte und vollständige Produktinformationen, Sicherheit vermittelnde Bildwelten und verständliche Funktionsbeschreibungen in Wort und (Bewegt-)Bild.

B2B = P2P

Wer allerdings glaubt, dass es sich bei Beschaffungsrisiken ausschließlich um Unternehmensrisiken handelt, der liegt falsch. Auch im B2B sind es letztlich Menschen, die Beschaffungsentscheidungen treffen. Deren Haupt-

kriterien für oder gegen eine Beschaffung sind zwar die Interessen des Unternehmens. Aber in ihren Entscheidungen sind die Verantwortlichen getrieben von ganz menschlichen Zielen: Arbeitsplatzsicherheit, erfolgreiche Job-Erfüllung oder Aufstiegsambitionen. Insofern ist B2B-Marketing am Ende immer gekennzeichnet von Person-to-Person-Kommunikation (P2P-Kommunikation).

Audio-Podcasts als Instrument des P2P

Audio-Podcasts stellen Vertrauen zu und zwischen Menschen her. Damit schaffen sie die Basis, um diejenigen Beschaffungsrisiken zu reduzieren, die im Vorfeld eines Kaufs nicht durch harte Fakten auszuschließen sind. Denn Podcasts ergänzen die vorwiegend faktenbasierte Produktkommunikation in Form von Broschüren, Katalogen und Online-Präsentationen exzellent, indem sie den Menschen hinter dem Produkt eine Stimme geben. Sie bieten die Chance, Hintergrundinformationen zum Produkt, seiner Entwicklung, den Motivationen, den Herausforderungen und Vorteilen zu geben. Gelungene Podcasts können belegen, dass hinter den Produkten und dem Unternehmen hochkompetente Menschen stehen.

Damit haben Podcasts im Kommunikationsmix eine ganz besondere Qualität. Sie vereinen die Möglichkeiten von digitalen Medien hinsichtlich Verfügbarkeit und Verteilung mit Vorzügen, die ansonsten den Print-Medien vorbehalten sind: Glaubwürdigkeit und Beständigkeit der Information.

Last but not least: Audio-Podcasts sind in der Produktion sehr effizient, bieten eine Menge an spannenden Geschichten-Formaten (von Interviews bis Reportagen) und lassen sich auf vielfache Weise quer- und wiederverwenden. Daher sollten sie als ergänzendes Medium für die Produktkommunikation immer eine Überlegung wert sein.



TERMINAUSBLICK: DOKU-FORUM 2015 IN SCHWARZENBERG

Am 07. Mai 2015 findet in Schwarzenberg im Bregenzerwald, Österreich, das Highlight im Veranstaltungskalender für Technische Dokumentation statt: Das DOKU-FORUM. In Vorträgen, Präsentationen und Workshops tauschen sich Teilnehmer aus über Innovationen in der Technischen Dokumentation. Traditionell werden bereits am Vorabend, am 06. Mai, die Gewinner des 9. TANNER-Hochschulwettbewerbs im Rahmen einer festlichen Abendveranstaltung prämiert.

Das DOKU-FORUM ist eine Veranstaltung für Kunden und Geschäftspartner der TANNER AG.

Alle Neuigkeiten rund um das DOKU-FORUM 2015 erhalten Sie per E-Mail. Melden Sie sich einfach für unseren Veranstaltungsnewsletter an:
www.tanner.de/kontakt/newsletter



VIER LEHRLINGE STARTEN IHRE AUSBILDUNG BEI DER TANNER AG

Am Montag, 01. September, begrüßte die TANNER AG vier neue Auszubildende, die ihre berufliche Laufbahn beim Dienstleister für Technikkommunikation am Hauptsitz in Lindau starteten. Im Ausbildungsjahr 2014 bildet die TANNER AG in drei Ausbildungsberufen aus: Mediengestalter/in mit Fachrichtung Digital und Print, Fachinformatiker/in für Anwendungsentwicklung und Fachinformatiker/in für Systemintegration.

Die ersten Tage ihrer Ausbildung begannen für die neuen Azubis mit einem zweitägigen Einführungsprogramm, bei dem nicht nur die verschiedenen Units der TANNER AG vorgestellt wurden. Auch die TANNER-Denkfabrik wurde erkundet und viele Möglichkeiten, wie zum Beispiel das haus-eigene Fitnessstudio, entdeckt. Bei einem Azubifrühstück gaben die »alten Hasen« – die aktuellen und bereits ausgebildeten Auszubildenden – den Neuzugängen Tipps zum neuen Umfeld bei TANNER.



Auf dem Bild (v. l.): TANNER-Vorstand Georg-Friedrich Blocher, Bekir Erpolat, Sabrina Eger, Melanie Dorsch und Marc Walter.

Unser Karriere-Team informiert Sie gern über alle Möglichkeiten rund um die Ausbildung:
Telefon: 08382/272-202
E-Mail: karriere@tanner.de

30 JAHRE TANNER: CHRONIK TEIL 2

1995

6. Internationales DOKU-FORUM

Der Leistungsverbund »Tanner Dokuments macht Technik verständlich« präsentiert die 6. Auflage des Kongresses. Ein neues Konzept vereint Referenten aus Theorie und Praxis, Bildung und Wissenschaft, Industrie und Dienstleistung, Medien und Politik.

1997

Gesellschaftsgründung »Tanner DMS«

TANNER erweitert sein Leistungsangebot um eine neue Gesellschaft: Tanner DMS. »DMS« steht für »Dokumenten Management Systeme«. Die neue Gesellschaft unterstützt Kunden bei der Systemintegration für Informationsmanagement.

2000

Umzug in die TANNER-Denkfabrik

Nach weniger als zehn Monaten Bauzeit ziehen die TANNER-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter Mitte des Jahres in die neuen Büroräume. In dem Gebäude gibt es mit dem TANNER-Kinderhaus eine eigene Kinderkrippe sowie einen Kindergarten.

2001

Aus Tanner Dokuments und Tanner DMS wird die TANNER AG

Ab 01. Januar firmieren die bisherigen Gesellschaften Tanner Dokuments GmbH+Co und die Tanner DMS GmbH+Co neu als TANNER AG.

2002

Auszeichnung »BAYERN'S BEST 50«

Die TANNER AG erhält eine besondere Auszeichnung: Sie gehört 2001 zu den 50 wachstumsstärksten Unternehmen in Bayern.

2004

Gründung der TANNER Vietnam Ltd. in Ho Chi Minh City

In Vietnam werden weitere Kapazitäten für Individualprogrammierung und Datenerfassung aufgebaut.

Leistungsumfang erweitert: Zeitarbeit

TANNER erhält die Genehmigung, Kundenunternehmen Technische Redakteure »auf Zeit« zu überlassen.

ab
2005

In der nächsten ABZ-Ausgabe: 2005 bis 2014

In der nächsten Ausgabe blickt die ABZ-Redaktion auf die Jahre 2005 bis 2014 zurück: TANNER eröffnet neue Niederlassungen, ruft mit »INKA« ein Highlight der Katalogbranche ins Leben und beginnt die Reihe der TANNER-Hochschulwettbewerbe.

IMPRESSUM

Herausgeber
TANNER AG
Kemptener Straße 99
D-88131 Lindau (B)
Tel. +49 8382 272-0
Fax +49 8382 272-900
E-Mail: info@tanner.de
www.tanner.de

Verantwortlich: Dr. Sven Bergert

Redaktion und Mitarbeit bei dieser Ausgabe:

Natalie Adler, Elena Bernert, Stefan Kügel, Silke Ebert, Lena Sattler, Andreas Schlenkhoff, Jürgen Schnurr, Alexander Witzigmann

Druck: Druckerei Kling

Bildnachweis: Titel: shutterstock/Dabarti CGI, S.05: suze/photocase.de, S.06/07: shutterstock/Gwoeii, S.08: Siemens, S.09: TimToppik/photocase.de, S.10: David Knipping

ADRESSEN

TANNER AG

Kemptener Straße 99, D-88131 Lindau (B)
Tel. +49 8382 272-0
Fax +49 8382 272-900
E-Mail: info@tanner.de

Niederlassung Berlin

Geneststraße 5, Eingang Hof G, D-10829 Berlin
Tel. +49 30 7551517-0
Fax +49 30 7551517-29
E-Mail: info@tanner.de

Niederlassung Erlangen

Wetterkreuz 27, D-91058 Erlangen
Tel. +49 9131 970028-11
Fax +49 9131 970028-88
E-Mail: erlangen@tanner.de

Niederlassung Graben-Neudorf

Bahnhofring 37, D-76676 Graben-Neudorf
Tel. +49 7255 76276-29
Fax +49 7255 76276-28
E-Mail: info@tanner.de

Niederlassung Hamburg

Pappelallee 28, D-22089 Hamburg
Tel. +49 40 2530453-71
Fax +49 40 2530453-88
E-Mail: hamburg@tanner.de

Niederlassung Paderborn

Balduinstraße 1, D-33102 Paderborn
Tel. +49 5251 879718-11
Fax +49 5251 879718-88
E-Mail: paderborn@tanner.de

Niederlassung Reutlingen

Arbachtalstraße 6, D-72800 Eningen unter Achalm
Tel. +49 7121 144934-10
Fax +49 7121 144934-20
E-Mail: reutlingen@tanner.de

TANNER s.r.l.

Via della Rena, 26, 39100 Bolzano (BZ), Italia
Tel. +39 0471 163 3333
Fax +39 0471 163 3336
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 3997-3452
Fax +84 8 3997-4656
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@tanner-translations.de

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

Das ABZ erscheint in unregelmäßigen Abständen und wird kostenlos an Interessenten verteilt. Ein Rechtsanspruch besteht nicht.

TANNER AG
Kemptener Straße 99,
D-88131 Lindau (B)
Tel. +49 8382 272-0
Fax +49 8382 272-900
E-Mail: info@tanner.de
www.tanner.de



TANNER