

Großes Katalog-Forum 2006: Alles über Individualisierung von Produktinformationen

Am 23. November öffnet das „Große Katalog-Forum 2006“ unter der Überschrift „In Zukunft ist jeder Katalog ein persönliches Exemplar“ seine Tore. Mit Personalisierung bzw. Individualisierung von technischen Produktkatalogen fasst das Forum ein ebenso heißes wie komplexes Thema an.



Das Forum beleuchtet kritisch die Bedingungen, unter denen der klassische Produktkatalog seine Zukunftsbeurteilung im Marketing-Mix behaupten kann. Und es tastet sich weit in die Organisation von Unternehmen vor, indem es die Frage nach echtem Produkt-Informationsmanagement stellt: Wer benötigt wofür und wann welche Daten? Und woher bekommt er sie?

Das „Große Katalog-Forum 2006“ bringt Entscheidungsträger aus Marketing, Produktmanagement, Einkauf und IT zusammen, um gemeinsam mit lösungsorientierten Dienstleistern und Herstellern tragfähige Szenarien anhand realer Anwendungsbeispiele zu diskutieren.

➤ Lesen Sie weiter auf Seite 2

1.000 Kinder beim Kinderfest von TANNER Ltd. in Saigon



Anfang Oktober hat TANNER Ltd. in Vietnam ein Kinderfest für die ärmsten Kinder Saigons veranstaltet. Mehr als 1.000 Kinder aus Waisenhäusern, Schulen für Taubstumme, den SOS Kinderdörfern, Behindertenheimen und Straßenkinder konnten in den Zoo von Saigon eingeladen werden, wo sie bei freier Verpflegung von Clowns, Jongleuren und Artisten unterhalten wurden. Das Fest kam durch die Unterstützung mehrerer ortsansässiger Unternehmen zustande, wobei die TANNER AG 50 Prozent der Kosten übernommen hat.

EDITORIAL



Auf dem kontinuierlichen Pfad der Industrialisierung von Informationsprozessen kommen wir in großen Schritten voran. Eine der zentralen Voraussetzungen für Industrialisierung ist ein hoher Grad an Standardisierung.

In DITA, der Darwin Information Typing Architecture, sehen wir einen Standard mit immensen Potenzialen für unsere Kunden. Das belegen unsere inzwischen umfangreichen Erfahrungen. Daher ist es nur eine logische Konsequenz, dass wir unser Know-how nun auch aktiv in die Weiterentwicklung von DITA einbringen und der Organization for the Advancement of Structured Information Standards (OASIS) beigetreten sind.

Dass industrialisierte Prozesse nicht gleichbedeutend sind mit der Produktion von „Stangenware“, zeigen wir Ihnen auf dem „Großen Katalog-Forum“. Denn gerade für die wirtschaftlich effiziente Erstellung von individualisierten Produkt-Informationen ist ein möglichst hoher Automatisierungs- und Standardisierungsgrad die Voraussetzung.

Schön, wenn Sie dabei sind!

Ihr Helmut Tanner

INHALT

Live-Hochschulwettbewerb auf der tekam 2006.....	4
TANNER ist OASIS-Mitglied	4
Impressum	4
Content Engineering – Methode geht vor System	5
Aktuelle TANNER-Umfrage	6

Großes Katalog-Forum 2006



Der Countdown läuft:

Am 23. November öffnet das „Große Katalog-Forum 2006“ unter der Überschrift „In Zukunft ist jeder Katalog ein persönliches Exemplar“ seine Tore.

Print-Kommunikation ist heute in der Lage, die Vorteile der neuen Medien zum Beispiel über Web2Print und Portal-Lösungen für die eigenen Zwecke zu nutzen. Neue Business-Szenarien erlauben darüber hinaus durch zentrale Datenerfassung und -pflege, dass aktuelle Informationen unternehmensweit und konsistent verfügbar sind.

Unter anderem sind es Technologien wie diese, die die Diskussion um effiziente

Individualisierung im print-basierten Produkt-Marketing anheizen.

Dies setzt jedoch im echten Sinne unternehmensweite Integration voraus. Zur technisch wie wirtschaftlich nachhaltigen Realisierung bedarf es des Zusammenspiels auf vier Ebenen: Daten, Systeme, Prozesse und Menschen.

Optimal wäre es, wenn weitgehend automatisierte Prozesse jederzeit Publi-

kationen generieren, die eine definierte Zielgruppe auf aktuellem Stand über die gewünschten Produkte informieren. Die Bandbreite der Publikationen reicht dabei von länder- und sprachenspezifischen Gesamt-Katalogen über rollenspezifische Teil-Ausgaben bis zu personalisierten „Katalogen“ in der Auflage 1.

Die Veranstaltung präsentiert dazu umgesetzte Projekte, neue Lösungen und reale Visionen.

KEYNOTES AM 1. FORUMSTAG

In Zukunft ist jeder Katalog ein persönliches Exemplar



*Werner Spengler,
Leiter Produktkataloge,
TANNER AG*

Der Vortrag beleuchtet die verschiedenen

Aspekte der Personalisierung und Lokalisierung in der automatisierten Katalogproduktion.

Welche Varianten der Personalisierung sind heute möglich? Welche Szenarien sind mit Mehrwert für Unternehmen umsetzbar?

Entscheidungen steuern – Emotionen wecken: Angebotserstellung in Auflage 1



*Ralf Jung, Geschäfts-
bereichsleiter Industrie,
Meyle+Müller
GmbH+Co. KG*

Gerade im Bereich hochpreisiger Produkte mit Premiumanspruch ist das persönliche Werbemittel ein wirksames Instrument zur Beeinflussung der Kaufentscheidung. Am Projekt „MB Quote“ für DaimlerChrysler-Nutzfahrzeuge wird die emotionale, hochindividuelle Produktpräsentation in Form eines Angebots demonstriert.

Zielgruppenorientierte Katalog-Erstellung mit integriertem Stammdaten-Management



*Günter Schmidt, Sales Executive
SAP NetWeaver, SAP
(Schweiz) AG und Werner
Spengler, TANNER AG*

Katalog-Erstellung kann heute nicht mehr getrennt von den Stammdaten eines Unternehmens betrachtet werden. Aufgrund immer stärker verzahnter Prozesse müssen Katalogstrategie und Strategie für das Stammdaten-Management Hand in Hand gehen. SAP NetWeaver bietet die optimale Basis für beide Welten und eröffnet dadurch ganz neue Prozesse und Möglichkeiten.

Partner auf dem Großen Katalog-Forum

Hauptsponsoren

Adobe Systems GmbH
ContentServ GmbH
Meyle+Müller GmbH+Co. KG
SAP AG
XEROX Global Services



Medienpartner

Indukom
Competence Site



Weitere Partner

e-pro solutions GmbH
InBetween GmbH



RAHMENPROGRAMM AM 1. FORUMSTAG

Das Große Katalog-Forum bietet Ihnen in der Zeit zwischen 13:00 und 16:00 Uhr die Wahl ...

- Ihre Erkenntnisse aus den Keynotes in diversen Breakout-Sessions zu vertiefen ...
- Ihren eigenen Katalog mit einem neuen Kamera-System der TU München einem kurzen und kommentierten Blickverfolgungstest zu unterziehen ...
- Gespräche mit Analyse-Experten, Jury-Mitgliedern und Teilnehmern aus dem Wettbewerb um die Besten Kataloge 2006 zu führen ...
- sich in der Fachausstellung über ausgewählte und neue Lösungen für die Individualisierung Ihrer Produkt-Kommunikation zu informieren ...
- im zehnmütigen Speed Dating mit Keynote-Vertretern von Adobe Systems, ContentServ, Meyle+Müller,

SAP, TANNER und XEROX Global Services Ihre spezifischen Fragen zu platzieren und Termine für die Zeit nach der Veranstaltung vereinbaren zu können ...

- oder sich einfach einer Führung durch die TANNER-Denkfabrik anzuschließen.

Natürlich können Sie die Zeit zwischen den Vorträgen aber auch nutzen, um in der Medienlounge bei einer guten Tasse Kaffee oder Tee Seele und Beine baumeln zu lassen.

Ein Highlight im Abendprogramm am 1. Forumstag des Großen Katalog-Forum 2006:

Kür der besten Kataloge 2006 aus dem Großen KatalogBenchmark.

PROGRAMM AM 2. FORUMSTAG, 10 BIS 14 UHR

Business Brunch & Experten Talk

Folgen Sie einem moderierten Experten Talk und stellen Sie bei einem ausgiebigen Brunch Dienstleistern und erfolgreichen Katalog-Machern Ihre Fragen.

Fachausstellung

Nutzen Sie die Chance, noch einmal in Ruhe mit Ausstellern zu sprechen.

Workshops

- Katalog-Werkstatt: Ein PIM alleine macht noch keinen guten Katalog.
- KatalogBenchmark 2006: Nach der Preisverleihung (u. a. persönlicher Austausch mit dem Analyse-Team über Branchen-Trends und Stärken-Schwächen-Profile).

DONNERSTAG, 23. NOVEMBER 2006

Ganzheitliche Web2Print-Lösungen



Patricia Kastner,
Geschäftsführerin,
ContentServ GmbH

Database-Publishing und die Ansprüche an Kreativität und Layout von Printmaterialien waren bisher nicht vereinbar. Der Vortrag zeigt, wie eine integrative Lösung diese Kluft schließt und komplexe Individualisierungen in Katalogen, Prospekten und Werbemitteln über einen einfachen Webbrowser professionell realisiert und aktuelle Datenbank-Inhalte crossmedial publiziert werden.

Cross Media Publishing – Anforderungen, Herausforderungen und Visionen



Klaus Jürgen Kurz,
Business Development
Manager, Adobe Systems
GmbH

Ein konsistentes Informationsangebot über alle Medien hinweg erfordert Standards. Für Cross Media Publishing bilden XML, PDF und Flash die Grundlage einer Plattform, auf die Lösungspartner nahtlos aufsetzen können. Der Vortrag stellt vorhandene Lösungen vor und blickt in die Zukunft des Cross Media Publishing.

Individuelle Kundenkommunikation durch digitale Druckverfahren



Jo van Onsem, General
Manager, XEROX Global
Services Deutschland

Ob Gesamtkatalog oder personenspezifische One-to-One-Kommunikation – der Erfolg eines Produkts hängt nicht zuletzt von hochwertig gedruckten Produktinformationen ab. Denn Papier ist nach wie vor das meistgenutzte Medium. Der Vortrag zeigt, warum Kunden durch digitale Druckverfahren besser zu erreichen und glaubhaft anzusprechen sind.

Live-Hochschulwettbewerb auf der tekom 2006

Gute Bedienungsanleitungen sind wertvolle Helfer im Alltag. Sie zu erstellen kann inzwischen an einer Reihe deutscher Hochschulen erlernt werden. Studenten-Teams von vier der renommiertesten Bildungseinrichtungen in diesem Bereich stellen sich erstmals einem Live-Wettbewerb.

Vom 08. – 10. November treten die Hochschulen aus Furtwangen, Hannover, Karlsruhe und Merseburg auf der tekom-Jahrestagung gegeneinander an.

Auf dem Messestand von TANNER haben die Studenten-Teams an den ersten beiden Veranstaltungstagen die Aufgabe, eine Kurzanleitung für ein mobiles Navigationssystem zu erstellen. Am dritten und letzten Tag der Tagung werden dann die Sieger gekürt.

„Die tekom-Jahrestagung ist die wichtigste Branchenveranstaltung des Jahres und der TANNER-Hochschulwettbewerb bietet eine ausgezeichnete Möglichkeit für die Studentinnen und Studenten, um ihr Know-how und ihre Kreativität zu präsentieren“, kommentiert Professor Robert Schäflein-Armbruster von der Hochschule Furtwangen. „Mit dem Live-Hochschulwettbewerb schafft TANNER eine Plattform, auf der

die Studierenden ihre Fähigkeiten unter Beweis stellen und altgedienten Profis eventuell sogar neue Wege aufzeigen können“, so Schäflein-Armbruster.

Die Teilnehmer-Teams bestehen aus je drei Studierenden der Hochschule Furtwangen, der Fachhochschule Hannover (FHH), der Hochschule Karlsruhe – Technik und Wirtschaft sowie der Hoch-



schule Merseburg (FH). Als Partner-Unternehmen engagieren sich für den Wettbewerb die Navigon AG, einer der führenden europäischen Anbieter von Navigationssystemen, und die Autovermietung Straub-National.

Das nächste ABZ wird ausführlich über den Verlauf des Wettbewerbs berichten.

TANNER ist OASIS-Mitglied

Seit Oktober 2006 ist TANNER Mitglied in der Organization for the Advancement of Structured Information Standards (OASIS). Damit unterstreicht das Unternehmen seine Bemühungen um die Förderung von Standards.



Den Schwerpunkt der aktiven Mitgliedschaft legt TANNER auf die Weiterentwicklung der Darwin Information Typing Architecture (DITA). Der offene, XML-basierte Standard für Technische Dokumentation wurde 2005 von OASIS verabschiedet und wird von TANNER in großem Umfang bei Kundenprojekten eingesetzt.

DITA wichtiger Baustein der Industrialisierung von Informationsprozessen
Bernd Baldauf, Leiter des Bereichs Systemintegration bei TANNER, begründet die Entscheidung zur Mitgliedschaft: „Wir setzen strategisch ganz stark auf die Industrialisierung von Informationsprozessen. Das gilt für redaktionelle Arbeiten ebenso wie für die Software-Entwicklung“, so Baldauf.

Und er fährt fort: „Standardisierung ist eine der zentralen Methoden der Industrialisierung und DITA ein Standard mit immensen Potenzialen für unsere Kunden. Daher ist es nur konsequent, dass wir uns innerhalb der OASIS mit unseren Erfahrungen aktiv bei der Weiterentwicklung von DITA einbringen.“

DITA Europe Conference 2006

Exemplarisch für den Stellenwert unserer DITA-Experten im öffentlichen Diskurs mag die Beteiligung an der DITA Europe Conference 2006 in Frankfurt a.M. stehen. Auf Einladung der so genannten CMS-Päpstin JoAnn T. Hackos hat dort Alexander Witzigmann über „Best Practices for Global Industry: DITA as a Competitive and Strategic Advantage“ referiert.

IMPRESSUM

TANNER 

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

Verantwortlich:
Dr. Sven Bergert

Redaktion und Mitarbeit bei dieser Ausgabe:
Bernd Forstenhäusler, Uwe Peschka, Heike Süß,
Helmut Tanner, Sabine Waizenegger,
Prof. Dr. Wolfgang Ziegler

Druck
Druckerei Kling

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.

Das **ABZ**

Content Engineering – Methode geht vor System

Anbieter und Integratoren spüren eine steigende Nachfrage nach Redaktionssystemen sowie zugehörigen Dienstleistungen. Ursache ist zum einen das gewachsene Bewusstsein des Managements, die internen und externen Informationsprozesse als Teil der Prozesslandschaft ihres Unternehmens zu sehen und nicht nur als Kostenfaktor. Rechtliche Vorgaben und solche des Qualitätsmanagements unterstützen diese Entwicklung. Hinzu kommen die Bedeutung der Produktinformationen als Vertriebs- und Marketingkanäle.

Die Fachabteilungen müssen dazu die aus Internationalisierung, Produktdiversifikation und -variabilität erwachsenen und gesteigerten Anforderungen erfüllen. Sie erwarten von den Systemen eine Effizienzsteigerung in den Bereichen [1]:

- Versions- und Variantenverwaltung
- Grafik- und Medienverwaltung
- Kontrollierte Wiederverwendung von Inhalten
- Übersetzungs- und Terminologie-management
- Cross-Media-Publishing

Dies spiegelt die Erhebung des Berufsverbandes tekomp wieder, nach der 44% der über 700 befragten Unternehmen sich 2005 für den Einsatz eines Content-Management-Systems (CMS) entschieden haben oder sich gerade entscheiden. Von diesen setzen fast die Hälfte bereits seit längerem ein CMS ein. Ein Grund für die gestiegene Akzeptanz bei den Anwendern ist auch in einem Reifeprozess über die letzte Dekade zu finden:

- Die Strukturierung und Standardisierung von Inhalten wurde in den Unternehmen häufig bereits vorab ohne Systemunterstützung durchgeführt.
- Methodenwissen und Programmierkenntnisse sind am Markt breiter vertreten durch Aus- und Weiterbildungs-

inhalte sowie durch Projekterfahrung, u.a. im Dienstleistungsbereich.

- Es existiert ein Spektrum an Systemen mit unterschiedlichen Branchen- oder Nutzungsspezialisierungen sowie mit gesteigener Anwenderfreundlichkeit.

Auswahl und Einführung von Redaktionssystemen

Für den Softwareentwicklungs- und Einführungsprozess existieren verschiedene Vorgehensmodelle. Für die speziellen CMS für die Entwicklung und Publikation technischer Informationen wurde ein derartiges Stufenmodell in der tekomp-Studie dargestellt [1].

Die Phasen 1–5 beschreiben den Übergang vom analysierten Ist- zum definierten Soll-Zustand mit den Auswahlprozessen des Systems. Die Phasen 7–10 enthalten den Software-Anpassungs- und Einführungsprozess bis zur regulären Nutzung mit allen begleitenden Maßnahmen. Neben diesen auch für andere IT-Systeme ähnlichen Phasen gibt es eine wesentliche Besonderheit: Phase 6 definiert die vor dem redaktionellen Hintergrund intern zu leistenden Vorarbeiten. Sie müssen in den Unternehmen mit den späteren Nutzern und,



Der Autor

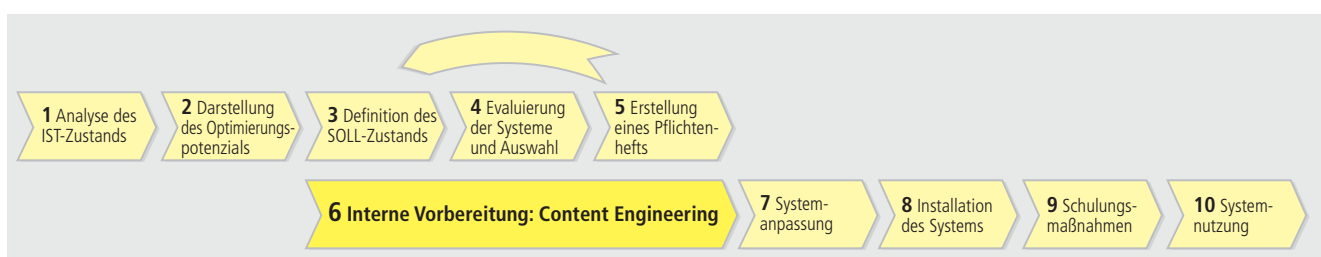
Prof. Dr. Wolfgang Ziegler, Hochschule Karlsruhe HsKA, Fakultät für Wirtschaftswissenschaften. Seit 1997 tätig im Bereich Entwicklung und Beratung für Informationssysteme in der technischen Dokumentation. Seit 2003 lehrt er an der HsKA im Studiengang Technische Redaktion. Seine Arbeitsgebiete sind XML-basierte Redaktionssysteme, Daten- und Informationsmodellierung sowie Publikationsprozesse.

soweit nötig, mit externer Unterstützung erarbeitet und erprobt werden. Hierzu gehören folgende Festlegungen:

- Informationsstrukturierung durch Informationsmodelle und Datenformat
- Formatierungsrichtlinien und Publikationsmedien
- Terminologie- und Schreibrichtlinien
- Modularisierungs- und Variantenkonzept
- Meta-Daten- und Ablagekonzept für Medien und Content
- Migrationskonzept und Altdatenkonvertierung

Diese grundlegenden Ebenen der Content-Standardisierung sind systemunabhängig. Je früher und konkreter diese im Vorgehensmodell fixiert sind, desto effizienter gelingt die Systemeinführung und -nutzung. Die Konzepte werden in den CMS aber unterschiedlich unterstützt, so dass die Vorarbeiten Rückwirkungen auf die Definition der Soll-Prozesse haben und damit auch auf die Systemauswahl.

Die Phase 6 definiert die Schwelle zu einem nachhaltigen Reifegrad des Unternehmensprozesses „Informationsentwicklung“ [2]. Die zu leistenden Vorarbeiten entsprechen im Content Management dem „Content-Engineering“, d.h.



dem methodisch fundierten Standardisieren, Entwickeln und Produzieren von Content. Alle weiterführenden Konzepte einer erfolgreichen Systemnutzung, wie eine Prozess- oder Dokument-Automatisierung oder Kopplungen an bestehende IT-Systeme hängen kritisch von den genannten Festlegungen ab.

[1] M. Fritz, D. Straub, W. Ziegler, C. Altenhofen: tekomp Studie 2005, „Effizientes Informationsmanagement durch spezielle Content-Management-Systeme“, tekomp2005

[2] JoAnn T. Hackos: „Using the Information Process-Maturity Model for strategic planning.“ reprint www.comtech-serv.com

AUSBLICK

Wirft man einen Blick auf die aktuellen Entwicklungen am Markt, so erkennt man verschiedene Tendenzen:

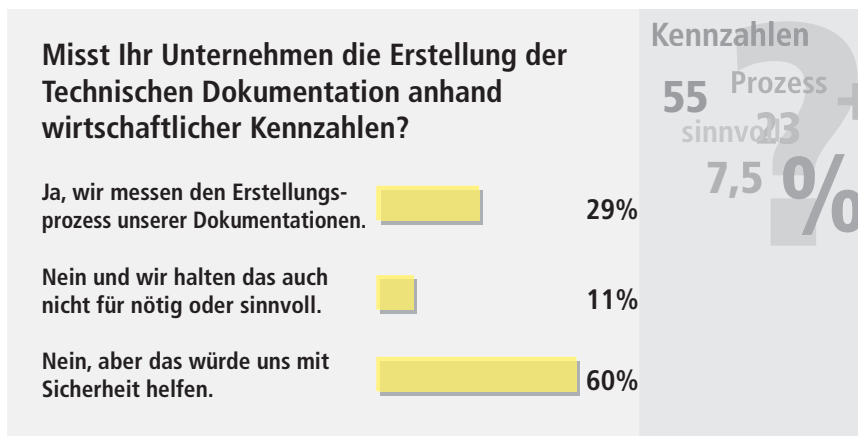
- Die CMS-Hersteller bieten entsprechend der Marktentwicklung verstärkt „Standard-Systeme“ für kleine und mittlere Unternehmen an, mit denen die genannten Vorarbeiten durch vordefinierte Funktionalitäten vereinfacht und verkürzt werden sollen.
- Große Unternehmen sehen Content Management zunehmend als Teil der gesamten Prozessketten und koppeln das Content Management an vorhandene Informationssysteme. Im Rahmen eines „Enterprise Content Management“ sind dies z.B. PPS-, PDM-, Dokumenten-Management- oder Workflow-Systeme.

- Im mittelständischen Bereich entwickeln sich Bestrebungen, die an das Produktdatenmanagement gekoppelte Katalogerstellung mit den Ansätzen des Content Management zu bündeln. Die neuen Technologien zur möglichst nahtlosen Integration von 3D-Konstruktionsdaten in Katalog-, Service- und Kundendokumentation weisen in die gleiche Richtung.

Alle Entwicklungen haben als Kern gemeinsam, in den Unternehmen eine vereinheitlichte Strategie des Content Engineering für die Informationsprozesse zu verfolgen.

Aktuelle TANNER-Umfrage

Im Rahmen unserer regelmäßigen Online-Umfrage haben wir die Besucher der TANNER-Homepage zuletzt nach wirtschaftlichen Kennzahlen in der Technischen Dokumentation gefragt. Hier das Ergebnis:



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 2157858
Fax +49 531 2317531
E-Mail: olaf.herrscher@tanner.de

Niederlassung Duisburg

Bismarckstraße 142, D-47057 Duisburg
Tel. +49 203 2988668
Fax +49 203 3466443
E-Mail: sabine.aschmutat@tanner.de

Niederlassung Erlangen

Nürnberg Straße 24-26, D-91052 Erlangen
Tel. +49 9131 4010280
Fax +49 9131 4011250
E-Mail: klaus.krieg@tanner.de

Niederlassung Frankfurt-Eschborn

Mergenthalerallee 77, D-65760 Eschborn
Tel. +49 6196 7793395
E-Mail: adrian.hoeber@tanner.de

Niederlassung Hamburg

Zum Fürstenmoor 11, D-21079 Hamburg
Tel. +49 40 702918-75
Fax +49 40 702918-83
E-Mail: olaf.herrscher@tanner.de

Niederlassung München

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

Niederlassung Nürnberg

Regensburger Str. 334 a, D-90480 Nürnberg
Tel. +49 911 21450-0
Fax +49 911 21450-11
E-Mail: norbert.winter@tanner.de

Niederlassung Reutlingen

Am Heilbrunnen 47, D-72766 Reutlingen
Tel. +49 7121 144934-0
Fax +49 7121 144934-20
E-Mail: gunnar.beschle@tanner.de

TANNER Vietnam Ltd.

House 43D/8 Ho Van Hue St. Ward 9, Phu Nhuan District, VN-70999 Ho Chi Minh City
Tel. +84 8 8477809
Fax +84 8477809
E-Mail: michael.schmid@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



www.tanner.de