

29. JAHRGANG **02/2016**

# ABZ



---

**SUBJECT MATTER EXPERTS IN DER  
DOKUMENTATION UNTERSTÜTZEN**

---

**VON INDUSTRIE 4.0 ZU  
DOKUMENTATION 4.0**

---

**DURCHSCHLÄNGELN IST GIFT**

---

**RÜCKBLICK:  
DAS »INKA«-FORUM 2016**

---

# INHALT 02/2016

- 03 VON INDUSTRIE 4.0 ZU DOKUMENTATION 4.0 – INNOVATIVE BEITRÄGE BEIM 10. TANNER-HOCHSCHULWETTBEWERB
- 04 »SCHREIBEN KANN DOCH JEDER!« – ODER NICHT? – SUBJECT MATTER EXPERTS BEI DER DOKUMENTATION UNTERSTÜTZEN
- 06 DURCHSCHLÄNGELN IST GIFT – TIPPS FÜR TEXTEN VON BESCHREIBUNGEN
- 08 RÜCKBLICK: DAS »INKA«-FORUM 2016
- 09 EIN AUSGEZEICHNETES KOMMUNIKATIONSKONZEPT »INKA«-GEWINNER ANSGAR VON GARREL (MA LIGHTING) IM INTERVIEW
- 10 SAVE THE DATE: DOKU-FORUM 2017 / TANNER-HOMEPAGE JETZT AUCH MOBIL
- 11 SECHSMAL INS BERUFSLEBEN GESTARTET

## EDITORIAL

Brücken schlagen und Verbindungen schaffen, darum geht es im aktuellen ABZ. Wie lassen sich zum Beispiel Fach- und Redaktionsexpertise vereinen? Diese Frage beantwortet der Artikel zu Subject Matter Experts. Er verrät auch, wie sich Fachexperten am besten in redaktionelle Prozesse einbinden lassen. Wir werfen einen Blick zurück auf das »INKA«-Forum 2016 – und haben den Gewinner der Kategorie »Beste Produkt-Gesamtkommunikation« interviewt.

Die Teilnehmer des 10. TANNER-Hochschulwettbewerbs befassten sich ebenfalls mit einer Aufgabe zum Thema Vernetzung: Erfahren Sie mehr über die crossmediale Broschüre zum Thema »Industrie 4.0«, mit der das Siegerteam die Jury überzeugte. Einen kleinen Kontrapunkt liefert Duden-Autor Andreas Schlenkhoff, der sich mit dem Entflechten von Informationen in beschreibenden Texten befasst. Und zum Schluss heißt es: »Terminkalender zücken!« Am 18. Mai 2017 laden wir Sie ein zum DOKU-FORUM. Viel Vergnügen beim Lesen!

Ihr Georg-Friedrich Blocher



## VON INDUSTRIE 4.0 ZU DOKUMENTATION 4.0 *Innovative Beiträge beim 10. TANNER-Hochschulwettbewerb*

Am 11. Mai 2016 fanden die Jurysitzung und die Preisverleihung des 10. TANNER-Hochschulwettbewerbs für Studierende der Technischen Kommunikation statt, der sich dieses Jahr um das zukunftsweisende Thema Industrie 4.0 drehte. Als Industriepartner fungierte die Phoenix Contact GmbH & Co. KG, Spezialist für Elektrotechnik und Automation und Vorreiter in Sachen Industrie 4.0.

Die Studierenden standen vor der Herausforderung, über ein frei wählbares Medium eine Brücke von den theoretischen Konzepten, die Industrie 4.0 zugrunde liegen, zur konkreten technischen Umsetzung zu schlagen: Welche Komponenten, Produkte und Systeme sind in einer intelligenten Anlage im Einsatz? Wie sind diese aufgebaut und vernetzt? Und was ist das Innovative und Zukunftsweisende? Zur Veranschaulichung diente die »Axioline«-Montageanlage von Phoenix Contact, die schon heute in Teilen den Ansprüchen von Industrie 4.0 gerecht wird.

Sieger des Wettbewerbs ist ein Team der Hochschule Aalen. Laila Weiland, Denise Brinkel, Carsten Burdack und Pascal Spintzyk, alle Studierende des Bachelor-Studiengangs Technische Redaktion, konnten die unabhängige Jury mit einem crossmedialen Medium überzeugen, einer Broschüre »Industrie 4.0«: Über QR-Codes, versteckt hinter aufklappbaren Fenstern, gelangt der Leser zu Erklärvideos, einem Experten-Interview sowie zu verschiedenen Websites und erhält so u. a. eine Antwort auf die Frage »Was ist Industrie 4.0?«. Highlight der Broschüre ist die Nutzung von Augmented Reality. Dabei wird mithilfe einer Software ein 2D-Bild in ein bewegliches 3D-Modell umgewandelt. Hält der Nutzer eine Webcam oder Smartphone-Kamera auf die Grafik der »Axioline«, die auf der Innenseite der Broschüre abgebildet ist, wird ein animiertes 3D-Modell erzeugt, das sich durch Bewegen der Kamera aus nahezu allen Winkeln betrachten lässt.

Ziel des Teams war es, das Thema Industrie 4.0 nicht nur inhaltlich zu erklären, sondern auch durch die crossmediale Gestaltung der Broschüre greifbar zu machen. Diese Umsetzung begeisterte Anja Moldehn, Marketing Specialist Industrie 4.0 bei Phoenix Contact und Jury-Vorsitzende des TANNER-Hochschulwettbewerbs: »An der Einreichung hat uns besonders gefallen, dass es sich bei der Broschüre um ein crossmediales Medium handelt, das den Bogen von Industrie 4.0 zu Dokumentation 4.0 spannt. Der Zugriff auf Erklärvideos, ein Interview und verschiedene Websites über QR-Codes als auch die Anwendung von Augmented Reality machen diese Broschüre zu einem Printmedium mit Wow-Effekt.«

An der Jubiläumsausgabe des Wettbewerbs nahmen so viele Teams wie noch nie teil: Zwölf Hochschulteam mit insgesamt 38 Studierenden hatten ihre Lösungsvorschläge eingereicht.

### Die platzierten Hochschulteams

1. Platz: Laila Weiland, Denise Brinkel, Carsten Burdack, Pascal Spintzyk (Hochschule Aalen)
2. Platz: Manuela Stavenow, Korbinian Geiger, Matthias Amort (Hochschule München)
3. Platz: Catharina Goj, Caroline Raubart, Elise Schwarz (Hochschule Merseburg)
4. Platz: Anne Rudolf, Julia Blankenburg (Hochschule Merseburg)



Alles zur Jurysitzung und Preisverleihung:  
der 10. TANNER-Hochschulwettbewerb im Video



## »SCHREIBEN KANN DOCH JEDER!« – ODER NICHT?

### Subject Matter Experts bei der Dokumentation unterstützen

Wissen Sie, womit Franz Kafka sein Geld verdiente? Der Schriftsteller verfasste unter anderem im Jahr 1909 eine »Unfallverhütungsmaßregel für Holzhobelmaschinen«. Damals wie heute ist verständliches Formulieren eine Kernkompetenz des Technischen Redakteurs. Mit zunehmender Komplexität der zu beschreibenden Technologien und dem verstärkten Einsatz digitaler Tools haben jedoch weitere Anforderungen in der Technischen Redaktion an Bedeutung gewonnen. Und auch Subject Matter Experts, d. h. Fachkräfte, beispielsweise aus Entwicklung, Fertigung oder Service, die Dokumentationsaufgaben erfüllen, stehen vor neuen Herausforderungen.

#### Vielfältige Software-Unterstützung für ausgebildete Technische Redakteure

Die Technische Redaktion ist ein weit entwickeltes Gebiet: Speziell ausgebildete Redakteure greifen heute auf zahlreiche redaktionelle Methoden und Software-Tools zurück, um Anforderungen wie Modularisierung, Standardisierung und Wiederverwendung von Informationen effizient und flexibel zu erfüllen. Redaktionssysteme vereinfachen die Strukturierung von Inhalten sowie das Management von Versionen, Varianten und Übersetzungen. Technische Redakteure sind Experten in der Auswahl und Nutzung der redaktionellen Methoden und Werkzeuge. Als »Wissensarchitekten« bereiten sie komplexe Informationen verständlich und medienneutral auf, veredeln diese und machen sie für unterschiedliche Publikationen nutzbar.

#### Neue Herausforderungen für Subject Matter Experts in der Technischen Dokumentation

Ob Zusammenhänge korrekt dargestellt, alle Problemfälle abgedeckt und Arbeitsabläufe optimal beschrieben sind, kann der Technische Redakteur in der Regel nicht endgültig bewerten. SMEs dienen daher von jeher dem Technischen Redakteur als Informationsquelle, prüfen in Korrekturläufen, ob Dokumente die fachlichen Bedarfe erfüllen und mussten schon immer selbst Dokumentationsaufgaben übernehmen. Diese sind unter anderem durch kürzere Innovationszyklen und veränderte Produktionsprozesse komplexer geworden. So müssen Dokumente wie Spezifikationen oder How-Tos im Entwicklungsprozess variantenreicher Produkte laufend angepasst werden und agile Ansätze in der Software-Entwicklung verursachen permanent Dokumentationsaufwand.

#### Wachsende Nachfrage nach Tools für SMEs

Innovative digitale Technologien halten auch in der Technischen Redaktion Einzug. So besteht in vielen Unternehmen der Wunsch, smarte Devices und Augmented-Reality-Anwendungen zur Vermittlung von Expertenwissen einzusetzen. Beispielsweise für Montageanleitungen oder Verfahrensanweisungen, die den Anwender Schritt für Schritt mit entsprechenden Visualisierungen durch seine Tätigkeit führen. Hierzu müssen die zugrunde liegenden Texte mehr denn je Anforderungen hinsichtlich Struktur und Modularisierung erfüllen, wodurch die Nachfrage nach passenden Tools für SMEs zusätzlich steigt. Die von Vollzeit-Redakteuren genutzten Redaktionssysteme verfügen über die benötigten Funktionen, erfordern jedoch ein hohes Verständnis der redaktionellen Methoden. Der Fall, dass Nicht-Redakteure die Systeme nutzen, liegt nicht im Fokus der System-Hersteller und wird daher kaum berücksichtigt. SMEs im Gebrauch der Systeme zu schulen ist aufwendig und die Konfiguration der Systeme wird sehr komplex, wenn sie in eine fachlich orientierte Arbeitsumgebung integriert werden sollen. In diesem Zusammenhang wächst die Nachfrage nach Arbeitsumgebungen, die durch vorgegebene Strukturen die leichte Verständlichkeit der Inhalte unterstützen und effiziente Erstellungsprozesse gewährleisten. Wie lässt sich eine solche Arbeitsumgebung schaffen und in welchen Fällen ist der Einsatz von SMEs für redaktionelle Aufgaben sinnvoll?

#### Eine mögliche Lösung: Etablierte Systeme um redaktionelle Methoden erweitern

Die Arbeitsumgebung für SMEs muss sicherstellen, dass Anwender Informationen wie beispielsweise Handlungsanweisungen oder Fehlersuchbäume im Bedarfsfall unkompliziert abrufen können und Zusammenhänge eindeutig vermittelt werden. Eine mögliche Lösung besteht darin, Systeme, in denen fachliche Informationen hinterlegt sind, um redaktionelle Methoden zu erweitern. Programme wie MS Sharepoint, genutzt zum gemeinsamen Arbeiten in Projektteams, oder die Product-Lifecycle-Management-Software Teamcenter, bieten rudimentäre Funktionen zur Verwaltung von Inhalten. Für Dokumentationsaufgaben lässt sich softwareseitig eine formular-basierte Erfassungsumgebung ergänzen, die sich an gelernte Grundstrukturen wie Absätze, Listen etc. anlehnt.

Die Oberfläche gibt dabei wesentliche Blöcke zur Sicherstellung einer vollständigen und verständlichen Dokumentation vor. So können – ähnlich wie bei einem Web-Formular – beispielsweise Textfelder mit Hinweisen zu geforderten Inhalten und Schreibkonventionen dargestellt oder Dropdown-Menüs für die Eingabe zwingend benötigter Angaben genutzt werden. Die Wiederverwendung oder Verlinkung von Inhalten erfolgt über bekannte Mechanismen wie Copy/Paste/Reuse. Metadaten werden strukturiert ergänzt und die Inhalte automatisch modularisiert. TANNER hat derartige Systeme bereits für verschiedene Kunden eingeführt.

#### Komplexes Know-How oder ständige Feedback-Schleifen: Wann SMEs selbst schreiben sollten

Die Bereitstellung redaktioneller Inhalte durch SMEs empfiehlt sich, wenn Inhalte stark im fachlichen Kontext verankert sind und die redaktionelle Aufbereitung einen geringeren Stellenwert besitzt. So bietet die formular-basierte Erfassungsumgebung beispielsweise bei der Dokumentation von Verfahren und Abläufen in der Pharmaindustrie Vorteile. Für alle Autoren gültige Regeln und die Wiederverwendung von Informationen bewirken, dass Gleiches immer gleich beschrieben wird und nicht-relevante Inhalte entfallen. Die Qualität der Dokumente wird systematisch erhöht. Anweisungen werden leichter verständlich; reduzierte Fehlerkosten und kürzere Einarbeitungszeiten für neue Mitarbeiter sind die Folge. Aktualisierungen lassen sich auch bei einer Vielzahl betroffener Dokumente unkompliziert durchführen.

Auch wenn Dokumentationen über Jahre kontinuierlich gepflegt werden und permanent fachliche Feedbacks einfließen, ist ein Redakteur als Schnittstelle häufig nicht zweckmäßig. Ein klassisches Beispiel sind Informationen, in die laufend Erfahrungen aus dem Feld einfließen, wie im Vertrieb oder Service. Eine übersichtliche Erfassungsoberfläche gewährleistet die zentrale Steuerung der Qualität sowie der Kommunikationsziele gegenüber dem Kunden.

#### Verbesserte Kommunikation zwischen SME und Technischer Redaktion

Das beschriebene Lösungsszenario für SMEs kann auch dann sinnvoll sein, wenn Technische Redakteure die Informationen verwerten. Bei größerem Dokumentationsaufwand, beispielsweise bei den schon erwähnten variantenreichen Produkten, vereinfacht es die Zusammenarbeit zwischen Technischem Redakteur und SME. Die Redakteure erhalten Input ohne Medienbruch und können durch den verringerten Recherche-Aufwand ihre volle Arbeitskraft darauf verwenden, Inhalte bestmöglich zu veredeln und beispielsweise in Form von Apps, E-Learnings, Filmen oder Animationen aufzubereiten. Für die Fachexperten verringert sich der Arbeitsaufwand in der Dokumentation ebenfalls, da sie durch eindeutige Regeln wissen, welche Informationen sie bereitstellen müssen und der Korrekturbedarf sinkt. Beide Berufsgruppen können so ihr Expertenwissen für die Erstellung qualitativ hochwertiger Dokumentationen optimal einsetzen.

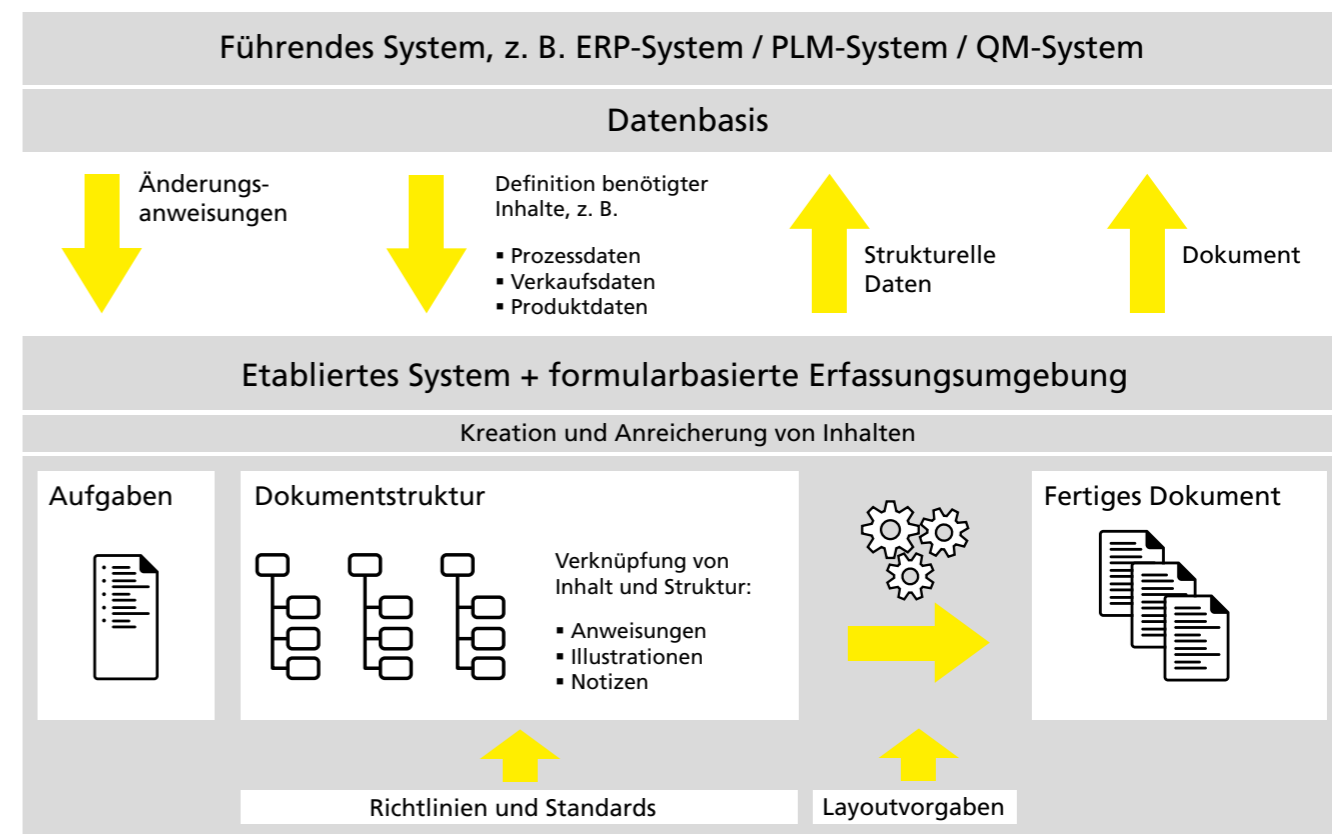


Abb.: Mögliche Verknüpfung zwischen führendem System (z. B. ERP-System) und Erfassungsumgebung

# DURCHSCHLÄNGELN IST GIFT

## Tipps fürs Texten von Beschreibungen



Für das Erstellen von anleitenden Informationen stehen Technischen Redakteure seit Langem mehr oder weniger umfangreiche Regelwerke zur Verfügung. Typische standardisierte Informationen in anleitenden Texten sind: Voraussetzungen, Bedingungen, Zielangaben, Handlungsanleitungen, Resultate und Warnhinweise. Geregelt sind Vorkommen/Struktur, Formulierung, Gestaltung und mehr. Hier ist zumindest die Grundlage gelegt für standardisierte, anwender- und übersetzungsfreundliche Texte.

Im Gegensatz hierzu sind Regeln für beschreibende Informationen eher dünn gesät. Dabei gibt es bei Beschreibungen ungleich mehr Freiheitsgrade, Informationen zu vermitteln. Entsprechend wild ist der Wuchs, der sich an manchen Stellen ausbreitet. Ein Satz als Beispiel zeigt, wie mit geringem Aufwand systematische Verbesserungen möglich sind. Hierzu hilft im ersten Schritt der Blick auf offenkundige Schwächen der Formulierung.

Folgende Satzschlange steht mittlerweile – teils in Varianten – in unzähligen Anleitungen:

**»Dieses Gerät ist nicht dafür bestimmt, durch Personen (einschließlich Kinder) mit eingeschränkten physischen, sensorischen oder geistigen Fähigkeiten oder mangels Erfahrung und/oder mangels Wissen benutzt zu werden, es sei denn, sie werden durch eine für ihre Sicherheit zuständige Person beaufsichtigt oder erhielten von ihr Anweisungen, wie das Gerät zu benutzen ist.«**

Gekämpft, gehofft – und doch verloren. Wer über Formulierungen dieser Art nur stolpert und sich nicht vollends im roten Faden verstrickt, hat Glück gehabt.

### Sieben einfache Regeln

Was ist hier schief gelaufen? Zunächst: 50 Wörter, 320 Zeichen ohne Leerzeichen. Zu lang. Punkt. Die Länge ist natürlich nur ein Kriterium für die Verständlichkeit eines Satzes. Um die fünfzehn Wörter sind in der Regel beherrschbar; gut strukturierte Sätze dürfen durchaus auch mal länger werden. Der Satz enthält vier Kommas, aber keine Aufzählungen. Zu einer Kernaussage werden Erklärungen und Einschränkungen gleich »mitgeliefert«. »Eine Aussage pro Satz!« ist die Regel, die sich anbietet. Oder allgemeiner formuliert:

► **Lange Sätze vermeiden.**

Aufgrund der Länge des Satzes und der unterschiedlichen Informationen leidet auch die Struktur. So steht zwischen »... durch Personen ... benutzt zu werden, ...« ein Einschub mit sechzehn Wörtern.

► **Sätze sauber (linear) strukturieren.**

Der Satz enthält zu viele Aneinanderreihungen mit »oder«, wobei die Formulierung »oder mangels Wissen« sogar augenscheinlich falsch ist, da es offensichtlich um »Personen mit mangelndem/unzureichenden Wissen« geht.

► **Bindewörter hinterfragen.**

Die Aussage des Satzes ist nicht hinreichend konkret: So bleibt dem Besitzer des Geräts überlassen, welche Informationen er vermittelt als »Anweisungen, wie das Gerät zu bedienen ist«. Auch die »eingeschränkten (...) Fähigkeiten« sind schwammig formuliert. Ebenso müsste man raten, wann die »Erfahrung« ausreicht und wann nicht. Entsprechend ist der Rat hier, grundsätzlich zu hinterfragen, ob die Aussagen hinreichend präzise sind und befolgt werden können.

► **Eindeutig und präzise formulieren.**

Eine Verneinung leitet den Satz ein. Statt einfach und direkt zu formulieren, wofür das Gerät bestimmt ist, wird offensichtlich erklärt, wofür es NICHT gedacht ist. Erschwerend kommt hinzu, dass die Verneinung im Satz wieder zurückgenommen wird mit »... es sei denn ...«. Die Empfehlung lautet hier, Verneinungen zu vermeiden, insbesondere doppelte Verneinungen in allen Varianten in der Art von »Ungeeignete Maßnahmen zur Brandbekämpfung vermeiden.«

► **Positiv formulieren.**

Die Verwendung der Möglichkeitsformen »es sei denn«, »erhielten« ist heutzutage unüblich/ungebräuchlich geworden. Die meisten Beschreibungen kommen ohne den Konjunktiv aus.

► **Möglichkeitsform vermeiden.**

Der Satz enthält zudem eine Anzahl Passiv-Formulierungen (»benutzt werden«, »beaufsichtigt werden«). Wenngleich Passiv in beschreibenden Texten nicht pauschal verdammt werden sollte und sich im Einzelfall sogar anbietet, bleiben die negativen Merkmale des Passivs mit Bezug auf die Verständlichkeit bestehen. Hier sollte zumindest geprüft werden, ob die Aussage nicht im Aktiv möglich wäre.

► **Aktiv formulieren.**

### Was tun?!

Es drängt sich auf, einfach zu verbieten, dass Kinder und Personen mit vergleichbar eingeschränkter Kompetenz und eingeschränktem Urteilsvermögen das Gerät nutzen. Das ist jedoch für die meisten Produkte aus dem Consumer-Bereich realitätsfern. Es ist auch weder denk- noch zumutbar, dass der Besitzer das Gerät in einem Haushalt nach jedem Gebrauch wegschließt.

Bei der Überarbeitung wäre eine Möglichkeit, auf die Aussage zu verzichten, dass das Gerät »eigentlich« nicht durch Personen mit eingeschränkten Fähigkeiten verwendet werden darf. Damit käme man beispielsweise zu folgender Lösung:

**»Folgende Personen dürfen das Gerät nur verwenden, wenn sie entweder durch eine Person beaufsichtigt werden, die für ihre Sicherheit zuständig ist, oder von dieser Person Anweisungen erhalten haben, wie man das Gerät benutzt:**

- **Personen mit eingeschränkten physischen, sensorischen oder geistigen Fähigkeiten**
- **Personen, denen Wissen und/oder Erfahrung zur Benutzung des Geräts fehlt**
- **Kinder (unter 14 Jahren).«**

Die relevante Information – es geht darum, welche Personen das Gerät bedienen dürfen – findet sich ganz zu Anfang des Satzes, sodass Leser rasch orientiert sind. Sie erhalten einen Kontext zur Einordnung der weiteren Informationen. Die Zielgruppen werden als Liste an die einführende Information angehängt. Das hat den Vorteil, dass die Information vor dem ersten Listenpunkt abgeschlossen ist und dass optisch deutlich zwischen drei relevanten Zielgruppen unterschieden wird. Das Passiv wurde nicht durch Aktiv abgelöst, da es in diesem Zusammenhang stimmig ist.

Der eine Satz zeigt ganz exemplarisch auf, was bei beschreibenden Informationen immer wieder schief geht. Es lohnt sich, losgelöst vom Tagesgeschäft Bestehendes zu hinterfragen und die Optimierungspotenziale an den eigenen Texten zu identifizieren. Auch wenn eine Überarbeitung nicht immer sinnvoll ist, sind diese Erkenntnisse wertvoll für zukünftig zu erstellende Informationen.





## RÜCKBLICK: »INKA«-FORUM 2016

Im April nahm das »INKA«-Forum 2016 seine Besucher mit auf eine Reise »Per Anhalter durch die Digitalisierung«. Im sechsten Jahr widmete sich die Veranstaltung unter diesem Dachthema den Chancen und Herausforderungen der Produktkommunikation in Zeiten der digitalen Transformation. Mit Praxisberichten, Workshops und Podiumsdiskussionen beleuchteten Digitalexperten im Kongress- und Festspielhaus Bregenz unterschiedliche Facetten des Themas. Besonders viel Anklang fand der Themenblock »Identifizierung und Personalisierung«, in dem es um die vielfältigen technischen Möglichkeiten des Targetings und dessen erfolgreiche Nutzung im B2B-Segment ging. Die Vorträge und anschließende Diskussion mit Vertretern der Siemens AG Digital Factory, der SICK AG und der Future Marketing GmbH wurden vom Forum live gestreamt. Den Livestream in voller Länge gibt es unter [tanner.de/inkaforum2016#live](http://tanner.de/inkaforum2016#live) zu sehen.

### Fotos, Vortragsfolien, Video-Interviews mit den Referenten und weitere Inhalte auf einen Blick

Auf der »INKA«-Rückblick-Seite gibt es neben den schönsten Bild-Impressionen vom Forum vielfältige Inhalte, die Anregungen für eine erfolgreiche Produktkommunikation bieten:

- ▶ Die Präsentationsfolien der INKA-Referenten: [tanner.de/inkaforum#inka16#vortraege](http://tanner.de/inkaforum#inka16#vortraege)
- ▶ Video-Interviews mit allen Referenten: [tanner.de/inkaforum#referenten](http://tanner.de/inkaforum#referenten)
- ▶ Alles rund um den INKA-Wettbewerb: [tanner.de/inkaforum#inka2016-wettbewerb](http://tanner.de/inkaforum#inka2016-wettbewerb)

### Die »INKA«-Awards 2016

In fünf Kategorien wurden am 13. April Preise für die besten B2B-Kommunikationsmedien für technische Produkte übergeben. Alle »INKA«-Preisträger im Überblick:

#### Kategorie »Print-Katalog«

- ▶ 1. Platz: Julius Blum GmbH
- ▶ 2. Platz: Festo AG & Co. KG

#### Kategorie »Produktbroschüre«

- ▶ 1. Platz: MENNEKES Elektrotechnik GmbH & Co. KG
- ▶ 2. Platz: Lock Antriebstechnik GmbH
- ▶ 3. Platz: Gira, Giersiepen GmbH & Co. KG

#### Kategorie »Online-Katalog/Shop«

- ▶ 1. Platz: Julius Blum GmbH
- ▶ 1. Platz: LAYER-Grosshandel GmbH & Co. KG

#### Kategorie »Mobiler Katalog/Shop«

- ▶ 1. Platz: Gira, Giersiepen GmbH & Co. KG
- ▶ 2. Platz: dorma+kaba Holding AG
- ▶ 3. Platz: LAYER-Grosshandel GmbH & Co. KG

#### Kategorie »Beste Produkt-Gesamtkommunikation«

- ▶ MA Lighting International GmbH

## EIN AUSGEZEICHNETES KOMMUNIKATIONSKONZEPT

»INKA«-Gewinner Ansgar von Garrel (MA Lighting) im Interview



### Herr von Garrel, welche Ziele verfolgten Sie mit dem bei »INKA« eingereichten Kommunikationskonzept?

*Ansgar von Garrel:* Mit der Kampagne führten wir ein neues Produkt im Bereich der Licht- und Veranstaltungstechnik in ein neues Marktsegment ein. Dabei übertrugen wir eine aus dem Premiumbereich bekannte Marke auf einen anderen Anwendungsbereich. Die positiven Assoziationen, die mit unseren Produkten einhergehen, sollten einem neuen Anwenderkreis zugänglich werden. Ziel war, bei der Kommunikationskampagne besonders auf Stringenz zu achten. Das neue Produkt, die dot2, kostet nur etwa ein Viertel des Preises der Produkte, die wir bisher vertrieben haben und spricht einen größeren Anwenderkreis an. Wir wollten den daraus entstehenden Mehraufwand möglichst gering halten, vor allem in der Vertriebsarbeit. Dazu wollten wir möglichst viele, verständliche Informationen entsprechend dem Verkaufszyklus direkt den richtigen, potenziellen Anwendergruppen zur Verfügung stellen. Ein möglicher Kunde sollte sich somit durch die vorhandenen Informationen möglichst gut für eine gezielte Vertriebsansprache vorqualifizieren.

### Wie haben Sie die Medien für Ihr Kommunikationskonzept ausgewählt?

Die Auswahl erfolgte klassisch über eine Customer-Journey-Analyse. Im ersten Schritt betrachteten wir mögliche Zielgruppen. Das Ergebnis waren drei große Anwendungsbereiche. Die Customer Journey und diese Bereiche analysierten wir früh und passten das modulare Produkt-Konzept darauf an. Wir wollten die Inhalte der Kommunikation breit anlegen und dem User anbieten, selbst individuelle Anwendungszwecke zu wählen. Somit entstand ein breiter Kommunikationsmix.

### Wie lief die Markteinführung kommunikativ ab?

Bei der Markteinführung gingen wir für die Branche untypisch vor. Es ist üblich, Produkte auf großen Industrie- und Branchenmessen einzuführen. Wir arbeiteten allerdings in drei Stufen. Eineinhalb Monate vor der Messe gab es eine Webseite in fünf Sprachen mit »Social Media«-Kampagne, E-Mailings und Newsletter. Das Produkt selbst war noch nicht für Endanwender verfügbar. Dann veröffentlichten wir die Seite mit vorbereiteten Image-, Vertriebs- und Trainingsvideos. Die Branche war überrascht. Im nächsten Schritt veröffentlichten wir wenige Wochen vor der Messe eine kostenfreie Software, damit potenzielle Kunden mit der dot2-Produktserie vertraut werden konnten. Auf der Messe stellten wir sie in der finalen Stufe live vor und erreichten den Höhepunkt der Aufmerksamkeit. Wir sahen, dass die Besucher gut informiert waren und sich umfangreich mit dem Produkt und der Arbeitsweise beschäftigt hatten. Entsprechend hoch war die Qualität der Messgespräche und der nachgelagerten Vertriebsarbeit.

### Was haben Sie für sich und Ihr Team aus der Auszeichnung mit dem »INKA« mitgenommen?

Definitiv Motivation für die Arbeit an zukünftigen Projekten. Aber auch eine Wahrnehmung auf Augenhöhe mit Marketing- und Produktkommunizierenden anderer Unternehmen, die in ihren Bereichen federführend sind. Für alle Beteiligten war das eine tolle Nachricht, die für den internen Zusammenhalt und die Stimmung im Unternehmen ein Ausrufezeichen gesetzt hat.

Das Interview in voller Länge auf dem TANNER-Blog: [goo.gl/s50e5k](http://goo.gl/s50e5k)



# SAVE THE DATE: DOKU-FORUM 2017



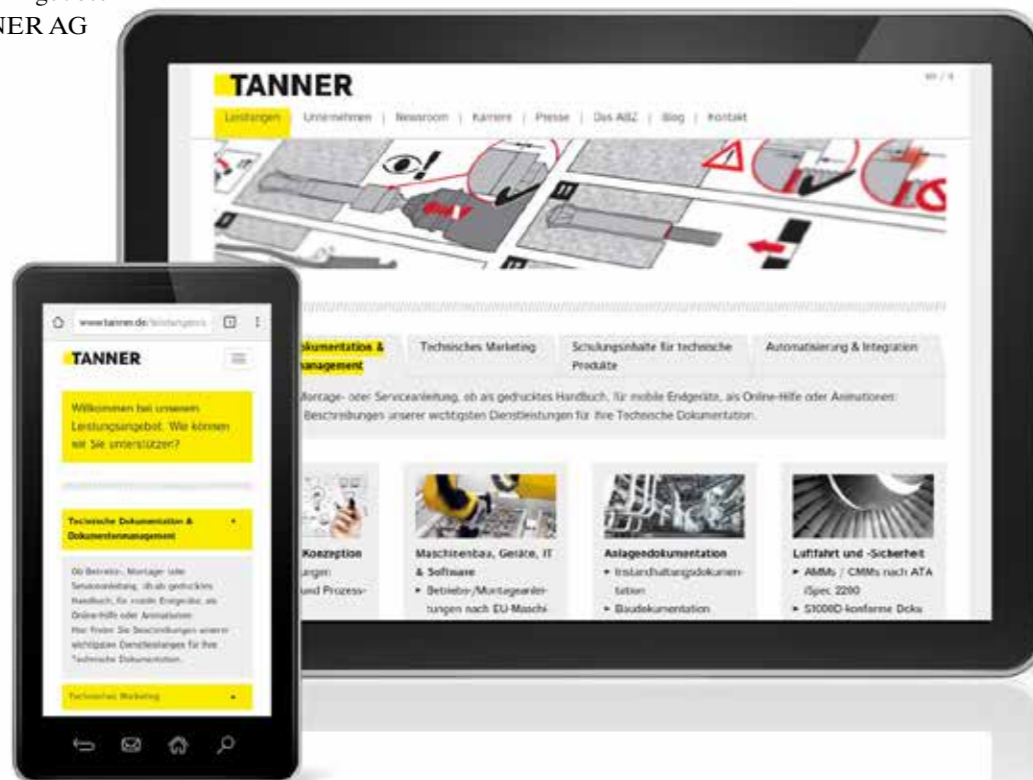
Am besten gleich das Smartphone zücken und einen Terminblock eintragen: Am 18. Mai 2017 lädt die TANNER AG ein zum DOKU-FORUM, das sich mit Trends und Entwicklungen der Technischen Kommunikation auseinandersetzt. Es findet statt im Angelika-Kauffmann-Saal in Schwarzenberg, Österreich. Besucherinnen und Besucher schätzen diese Location bereits bei den letzten Foren.

Begleitet wird es vom Nachwuchswettbewerb für Talente der Technischen Kommunikation: Dem 11. TANNER-Hochschulwettbewerb. Am Vorabend werden die Gewinner ausgezeichnet und gefeiert.

Alle Neuigkeiten rund um das DOKU-FORUM 2017 per E-Mail über den **Veranstaltungsnewsletter erhalten: [www.tanner.de/newsletter](http://www.tanner.de/newsletter)**

## TANNER-HOMEPAGE JETZT AUCH MOBIL

Seit Anfang September ist [www.tanner.de](http://www.tanner.de) responsive verfügbar. Ab sofort können sich Nutzer mit Smartphone und Tablet bequem über Angebote und Leistungen der TANNER AG informieren.



## SECHSMAL INS BERUFSLEBEN GESTARTET



Am 01. September begann für sechs Auszubildende das erste von drei Ausbildungsjahren bei der TANNER AG. In folgenden Berufen bildet der Dienstleister für Technikkommunikation 2016 aus: Mediengestalter/in mit Fachrichtung Digital und Print, Fachinformatiker/in für Systemintegration, Fachinformatiker/in für Anwendungsentwicklung, Bürokaufmann/-frau für Büromanagement.

Der erste Tag ihrer Ausbildung begann für die neuen Auszubildenden mit einem Azubi-Frühstück. Hierzu begrüßten sie Georg-Friedrich Blocher, Vorstand der TANNER AG, und Jochen Mezger, Kaufmännischer Leiter und Ausbildungsverantwortlicher. Traditionell lernen sich hier neue, aktuelle sowie ausgelernnte TANNER-Azubis kennen. Dies soll den Neuzugängen den Einstieg in den Arbeitsalltag erleichtern. Danach erfahren die »Neuen« in einem zweitägigen Einführungsprogramm mehr über die verschiedenen Bereiche der TANNER AG und erkunden die TANNER-Denkfabrik.

Weitere Impressionen im Flickr-Stream der TANNER AG: [goo.gl/APHyE3](http://goo.gl/APHyE3)

### 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](mailto:info@tanner.de)

[www.tanner.de](http://www.tanner.de)

Verantwortlich: Dr. Sven Bergert

Redaktion und Mitarbeit bei dieser Ausgabe:

Thomas Abele, Elena Bernert, Georg-Friedrich Blocher, Silke Ebert, Nora Kleen, Andreas Schlenkhoff, Kerstin Twietmeyer, Alexander Witzigmann

Druck: Druckhaus Müller

Bildnachweis: Titel: Fotolia/Robert Kneschke, S.03: Stefan Durstewitz

S.04: Fotolia/countrypixel, S.06/07: Fotolia/Eric Isselée, S.08/09: Marc Wittkowski, S.10: David Knipping/Fotolia/daboost

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.

### 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](mailto: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](mailto:info@tanner.de)

Niederlassung Chemnitz

Stefan-Heym-Platz 1

D-09111 Chemnitz

Tel. +49 8382 272-251

Fax +49 8382 272-900

E-Mail: [chemnitz@tanner.de](mailto:chemnitz@tanner.de)

Niederlassung Erlangen

Wetterkreuz 27, D-91058 Erlangen

Tel. +49 9131 970028-11

Fax +49 9131 970028-88

E-Mail: [erlangen@tanner.de](mailto:erlangen@tanner.de)

Niederlassung Graben-Neudorf

Bahnhofsring 37, D-76676 Graben-Neudorf

Tel. +49 7255 76276-29

Fax +49 7255 76276-28

E-Mail: [info@tanner.de](mailto: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](mailto: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](mailto: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](mailto: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](mailto: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](mailto: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](mailto:info@tanner-translations.de)



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

A close-up, high-angle photograph of several interlocking metal gears. The gears are made of a dark, polished metal, likely steel, and are arranged in a row, receding into the background. The lighting is dramatic, highlighting the sharp edges and the reflective surfaces of the teeth. The background is blurred, emphasizing the intricate details of the gears in the foreground.

**TANNER**