

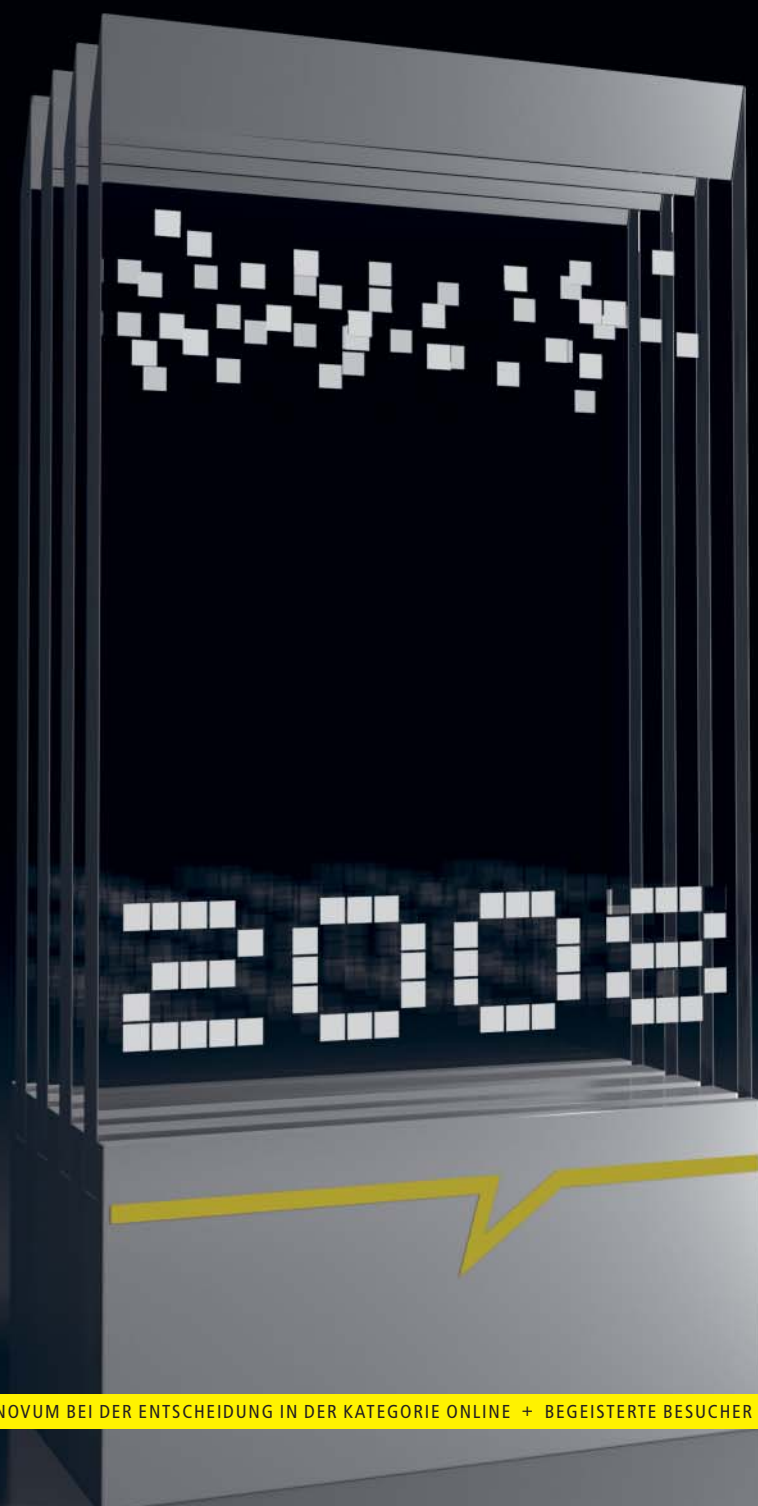
# ABZ

## Inhalt

- S. 02 \_\_\_ **INKA: »Rundum gelungen«**
- S. 03 \_\_\_ **Feierliche Preisverleihung von  
»INKA – Der Wettbewerb«**
- S. 04 \_\_\_ **Die Platzierungen**
- S. 05 \_\_\_ **»Erfolgreich gegen den Trend«**
- S. 06 \_\_\_ **»INKA – Das Katalog-Forum«: Ein Rückblick**
- S. 08 \_\_\_ **Teilnehmerstimmen, die für sich sprechen**

25

FÜNFUNDZWANZIG JAHRE TANNER



## Editorial

Komplexität in der Produktkommunikation beherrschbar zu machen, war das Thema von »INKA – Das Katalog-Forum« in Lindau. Die Evolution fordert und fördert komplexe Systeme. Nur Systeme mit einem Mindestmaß an Komplexität sind in der Lage, sich ständig ändernden Herausforderungen zu stellen.

»Only variety can absorb variety« – dieser Satz, das so genannte Ashby's Law, besagt, dass sich einfache Systeme mit einfachen und komplexe Systeme mit komplexen Mitteln bewältigen lassen. Das System, um welches es in der Produktkommunikation letztlich geht, ist der Markt. Folglich bestimmt der Markt die notwendige Komplexität der Produktkommunikation – und nicht Werkzeuge wie zum Beispiel Product-Information-Management-Systeme. Die Fähigkeit, Komplexität zu beherrschen, gerät zunehmend zum entscheidenden Wettbewerbsvorteil.

Die Veranstaltung konnte erfolgreich unterschiedliche Aspekte der Komplexitätsbewältigung aufzeigen und klären. Der Spannungsbogen reichte dabei von der Herausforderung internationaler Kataloge bis zur Hirnforschung.

An dieser Stelle möchte ich mich bei Teilnehmern, Referenten und Geschäftspartnern ganz herzlich bedanken. Nach dem äußerst positiven Feedback der Besucher ist es uns nicht nur eine Freude, sondern auch eine Verpflichtung, die Initiative »INKA – Industrie. Kataloge. Kommunizieren.« weiter zu entwickeln.

Ihr Georg-Friedrich Blocher



## INKA: »Rundum gelungen«

Am 25. und 26. März hat sich die Katalogwelt in Lindau zum Branchen-Highlight des Jahres versammelt. »INKA – Das Katalog-Forum« stand in diesem Jahr unter dem Motto: »Informationsqualität statt Informationsflut«. Ein hoher Anspruch – aber wie der Informationsflut und damit der Komplexität Herr werden? Dementsprechend fragte das Forum vor allem danach, welche Rolle das Marketing im Allgemeinen – und der Katalogersteller im Besonderen – einnehmen kann, wenn es darum geht, nicht »mehr«, sondern »bessere« Informationen zu erzeugen.

27 Referenten zeigten in Vorträgen, Breakout-Sessions und einer Podiumsdiskussion, wie Komplexität im Katalog- und insgesamt im Marketing-Geschäft mit technischen Produkten bewältigt werden kann.

Ein weiteres Highlight der INKA-Initiative war am Abend des 25. März die Verleihung der »INKAs 2008« für die besten Print- und Online-Kataloge. Alle Informationen rund um INKA, Impressionen und Stimmen der Teilnehmer liefert diese ABZ-Sonderausgabe.



► Die Gewinner der »INKAs 2008« in der Kategorie Print. Auf dem Bild (v.l.n.r.): Jurymitglied Jean-Claude Parent, Günter Ramoser von Zumtobel Lighting, Johannes Weirich von HellermannTyton, Mario Berkmann von Julius Blum, Anna-Carina Gieselmann und Georg-Friedrich Blocher von TANNER.

## Feierliche Preisverleihung von »INKA – Der Wettbewerb«

**Grund zum Feiern gab es am Abend des ersten Forumstages:  
In einer besonderen Location, einem stilvollen Glaszelt  
direkt bei der TANNER-Denkfabrik, kürte »INKA – Der  
Wettbewerb« seine Sieger, die Träger der »INKAs 2008«.  
Hier wurden die besten Kataloge des vergangenen Jahres  
ausgezeichnet!**

Die charmante Moderation von Patricia Noll sowie die tref- fenden Bonmots der Jury ließen Spannung, aber keinen Zwei- fel an den Siegern aufkommen: Den Gesamtsieg in der Kate- gorie Print errang die Julius Blum GmbH mit ihrem »Katalog und Arbeitshandbuch 2009«. Die Plätze zwei und drei belegten Kataloge der Zumtobel Lighting GmbH und Hellermann Tyton GmbH.

Eine Überraschung erlebten die Gäste bei der Preisverlei- hung in der Kategorie Online: Hier vergab die Jury keinen 1. Platz. »Bei der noch relativ jungen Disziplin der Online- Kataloge sah die Jury noch genügend Luft nach oben. Hier ist das Machbare im Sinne von Best-of-the-Best noch nicht erreicht«, begründete Jean-Claude Parent, Geschäftsführer von Schindler, Parent & Cie., die Entscheidung der Jury. Die beste Platzierung mit Platz zwei erreichte somit die Inmac GmbH, den dritten Platz teilen sich die Unternehmen ASSA ABLOY Sicherheitstechnik GmbH, Brütsch/Rüegger Werk- zeuge AG und Häfele GmbH & Co KG.

Neben den Bestplatzierten des Gesamtklassments wur- den, wie in den vergangenen Jahren auch, die Branchensieger ausgezeichnet.



► Den zweiten Platz in der Kategorie Online sicherte sich Inmac. Auf dem Bild (v.l.n.r.): Jurymitglied Jean-Claude Parent, Markus Schwemm von Inmac und Anna-Carina Gieselmann von TANNER.



► Drei dritte Plätze vergab die Jury in der Kategorie Online. Auf dem Bild (v.l.n.r.): Jurymitglied Jean-Claude Parent, Adrian Berlinger von Brütsch/Rüegger, Dragoljub Cvjetinovic von ASSA ABLOY und Andreas Waidelich von Häfele.



## »INKA – Der Wettbewerb«: Die Platzierungen

### Kategorie Print

#### Gesamtsieger

- ▶ Julius Blum GmbH (Katalog und Arbeitshandbuch 2009)

#### 2. Platz

- ▶ Zumtobel Lighting GmbH (Produktkatalog 2008/2009 Österreich)

#### 3. Platz

- ▶ HellermannTyton GmbH (Produktkatalog 2008 / 2009)

#### Branchensieger Kategorie Print:

- ▶ *Bau* – Julius Blum GmbH
- ▶ *Handel* – Haberkorn Ulmer GmbH
- ▶ *Maschinen/Geräte* – Zumtobel Lighting
- ▶ *Werkzeuge* – Weidmüller Interface

#### Nominierte für den Gesamtsieg in der Kategorie Print:

- ▶ Haberkorn Ulmer GmbH (Verbindungselemente Hauptkatalog 2008)
- ▶ Heidelberger Druckmaschinen Vertrieb Deutschland GmbH (Original Heidelberg Serviceteile [3 Kataloge])
- ▶ HellermannTyton GmbH (Produktkatalog 2008/2009)
- ▶ Julius Blum GmbH (Katalog und Arbeitshandbuch 2009)
- ▶ LUX SELECT (Der Planer für Licht 2008)
- ▶ Siemens AG (Katalog ITC – 2009)
- ▶ SpanSet GmbH & Co KG (Katalog 03 Ladungssicherung, Ausgabe 2007)
- ▶ STASTO Ing. Stocker KG (Pneumatik, Industriearmaturen, Hydraulik, Projektdienstleistungen 2008)
- ▶ Weidmüller Interface GmbH & Co. KG (Katalog 6 Werkzeuge 2008/2009)
- ▶ Zumtobel Lighting GmbH (Produktkatalog 2008/2009 Österreich)

### Kategorie Online

#### Gesamtsieger

- ▶ *Nicht vergeben*

#### 2. Platz

- ▶ Inmac GmbH (Inmac.de)

#### 3. Plätze

- ▶ ASSA ABLOY Sicherheitstechnik GmbH (IKON Produktkatalog)
- ▶ Brüttsch/Rüegger Werkzeuge AG (Toolshop)
- ▶ Häfele GmbH & Co KG (Häfele e@sy link Online Katalog)

#### Branchensieger Kategorie Online:

- ▶ *Handel* – Häfele GmbH & Co KG
- ▶ *Maschinen/Geräte* – Moeller GmbH

#### Nominierte für den Gesamtsieg in der Kategorie Online:

- ▶ ASSA ABLOY Sicherheitstechnik GmbH (IKON Produktkatalog)
- ▶ Brüttsch/Rüegger Werkzeuge AG (Toolshop)
- ▶ Häfele GmbH & Co KG (Häfele e@sy link Online Katalog)
- ▶ Inmac GmbH (Inmac.de)
- ▶ Moeller GmbH (Moeller Katalog)



Laudator ▶ Jean-Claude Parent von Schindler, Parent & Cie.

### Laudatio für »Katalog und Arbeitshandbuch 2009« der Julius Blum GmbH

»Schon beim ersten Anfassen werden die Güte und das Qualitätsverständnis dieses Unternehmens im wahrsten Sinne spürbar. Der Anspruch der Marke an Funktionalität und Langlebigkeit wird dem Betrachter und Nutzer des Katalogs durch die aufwändige Verarbeitung des Printobjekts sinnlich erfahrbar. Im Inneren setzt sich dieser erste Eindruck durch eine exzellente Strukturierung der Produktgruppen, eine didaktisch angenehme Benutzerführung fort. Wer sucht, der findet auch – ob Funktionsprinzipien, Einbaudetails oder Kleinteile. Bei diesem Katalog spürt man förmlich die jahrelange Erfahrung im Umgang mit derartigen Objekten, die Nähe zu Kunden und deren Bedürfnissen.«

### Laudatio für den Online-Katalog »Inmac.de« der INMAC GmbH

»Dieser elektronische Katalog hebt sich von allen anderen eingesandten Katalogen ab und zeigt, was dieses Tool zu leisten vermag. Er beeindruckt durch Übersichtlichkeit und die Darstellung eines umfangreichen Sortiments, er bietet Orientierung dank einer exzellenten Systematik und klugen Navigation und überzeugt schließlich durch Online-Features, Verlinkungen u. v. m. Die verkäuferische Leistung jedoch ist einzig. Ein Konfigurator lässt einen über Spezifikationen genau das Produkt finden, was man sucht oder benötigt. Einfach perfekt. Mit etwas mehr Attraktivität in Optik und Einstieg wäre noch mehr drin gewesen.«



## »Erfolgreich gegen den Trend«

*Software-Hersteller, Druckereien, Katalogdienstleister und Agenturen – im Ausstellerbereich von »INKA – Das Katalog-Forum« konnten sich die Besucher über neueste Trends und Technologien informieren.*

Torsten Kuprat, Geschäftsführer der Acolada GmbH zeigte sich sehr zufrieden: »INKA stemmt sich erfolgreich gegen den Trend von weniger Besuchern auf Tagungsveranstaltungen. Dies gelang besonders durch interessante Vorträge und Zeit für Diskussion und Informationen.« Aber auch für Acolada selbst seien viele interessante Gespräche möglich gewesen: »Das Konzept und die Nähe zu den Lösungen in den Unternehmen überzeugten Besucher und Aussteller«, so Kuprat.



► Aussteller bei »INKA – Das Katalog-Forum« 2009 waren folgende Unternehmen:



## »INKA – Das Katalog-Forum«: Ein Rückblick



»Lernen von den Besten« war das Motto, als am zweiten Forumstag drei Unternehmen aus der Shortlist von »INKA – Der Wettbewerb« ihre Rezepte für gute Kataloge vorstellten. Zur gemeinsamen Diskussion mit Moderatorin Patricia Noll waren auf dem Podium: Lorenz Mayer-Kaupp von Zumtobel Lighting, Johannes Weirich von HellermannTyton, Willi Gruber sowie Robert Sporer von STASTO Ing. Stocker.



► Patricia Noll

*Charmant und souverän führte Patricia Noll durch das Forum und den Gala-Abend. Die TV-Moderatorin bekam von den Teilnehmern ein durchweg gutes Zeugnis ausgestellt.*



► Niklas Schultes

*Wenige B-to-B-Verantwortliche müssen eine derart komplexe Kunden-Welt zielgerichtet ansprechen wie der Versandhandelskonzern OTTO. Insofern konnten die Besucher von Niklas Schultes, Bereichsleiter Werbung bei OTTO, einige wertvolle Tipps aus der Welt des B-to-C mit nach Hause nehmen.*



► Prof. Peter Kenning

*Wer nicht berücksichtigt, wie Marketing-Botschaften im Gehirn des Empfängers wirken, der geht in der Produktkommunikation ein hohes Risiko ein bzw. verpasst ungeahnte Chancen. Diesen Denkanstoß nahmen die Besucher aus den Studienergebnissen des internationalen Forscherteams um Professor Peter Kenning von der Zeppelin University mit.*



► Georg-Friedrich Blocher

*TANNER-Vorstand Georg-Friedrich Blocher eröffnete das Forum mit einem Einblick in die Erkenntnisse der Komplexitätsforschung. Am Beispiel des »Tanaland«-Experiments stellte er dar, welche Fehler (mit unberechenbaren Folgen) Menschen angesichts komplexer Problemstellungen begehen. Damit war die Diskussion über Komplexität in der Produktkommunikation entbrannt – und sollte zwei Tage lang anhalten.*



► Hermann Schmitz

*Dass komplexen Herausforderungen mit komplexen Mitteln begegnet werden muss, um am Ende der Informationsflut Herr zu werden – darüber waren sich die Teilnehmer einig. Dass die Auswahl der richtigen Mittel weit vor der Auswahl eines Systems beginnen muss, bewies Hermann Schmitz von VEKA mit seinem Vortrag »Am Anfang war nicht das System«.*



► Karl Czech

*Was sollte ein Shop-Verantwortlicher bei seinem Online-Katalog besser machen, um als Lieferant von Konzernen wie der RWE den Einkäufern dort das Einkufen leicht zu machen? Diese Frage beantwortete Karl Czech, der bei der RWE Systems die Katalogentwicklung leitet.*



► Walter Scherg

*Welchen Stellenwert gut geführte Marken auch im B-to-B haben und wie eine komplexe Markenarchitektur erfolgreich umgebaut werden kann, war das Thema von Walter Scherg, dem Marketingverantwortlichen der MTU-Muttergesellschaft Tognum.*



► Thorsten Heimhardt

*Mit rund 100.000 Artikeln auf Lager bietet der Bau- und Möbelbeschläge-Hersteller Häfele ein riesiges Programm an. Kataloge, Online-Shop, Broschüren – mit welchen Systemen und Prozessen Häfele diese komplexe Herausforderung in der Produktkommunikation umsetzt, zeigte Thorsten Heimhardt, Leiter Marketing Services bei Häfele.*



## Teilnehmerstimmen, die für sich sprechen

»Wir haben auf dem »INKA – Das Katalog-Forum« spannende Referate zu interessanten und aktuellen Themen erlebt. Wir konnten durch das Programm wertvolle Anregungen für unsere eigene Katalog-Erstellung erhalten. Insgesamt eine gelungene Veranstaltung in einer sehr angenehmen Atmosphäre.«

ANDREAS ECKELT, Leiter Marketing & Kommunikation,  
DB Mobility Logistics AG, DB Training, Learning & Consulting

»Wir waren zum ersten Mal auf dem Katalog-Forum und es war ein voller Erfolg. Wir konnten wertvolle Geschäftskontakte knüpfen und interessante Gespräche führen. Inhaltlich bot das Forum sehr spannende Vorträge – eine erstklassige Plattform, nicht nur für Katalogmacher. Auf dem nächsten Katalog-Forum werden wir wieder vertreten sein.«

HANSJÖRG B. GUTENSOHN, Geschäftsführer summersoft Softwarelösungen GmbH

»Für mediascore war es eine Freude, mit einem Vortrag zum Thema Katalog-Usability auf »INKA – Das Katalog-Forum« präsent zu sein. Als Medienforschungsinstitut bot uns das Forum einen perfekten Rahmen zum fachlichen Austausch. Gerne kommen wir im nächsten Jahr wieder.«

MEIKE WEISER, Projektleiterin,  
mediascore Gesellschaft für Medien- und Kommunikationsforschung mbH

»»INKA – Das Katalog-Forum« war sehr professionell vorbereitet und bot überaus interessante Themen und Vorträge sowie eine sehr abwechslungsreiche und gelungene Abendveranstaltung. Solche praxisorientierten Veranstaltungen dienen mir vor allem zur Netzwerkpflge und zum Erfahrungsaustausch mit anderen Unternehmen und Kollegen bzgl. PIM und dessen Einsatz. Man erkennt, wie weit man selber als Unternehmen ist und was andere evtl. besser/schlechter machen.«

BÜLENT KULAY, Marketing Communication  
Katalogmanager, U. I. Lapp GmbH

### Herzlichen Glückwunsch!



Unter allen Teilnehmern, die einen Feedbackbogen auf dem Katalog-Forum ausgefüllt haben, wurde eine Adobe® Creative Suite® 4 Design Premium verlost. Gewinner ist Beni Anderhalden von der maxon motor AG. *Herzlichen Glückwunsch!*

### 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:  
Georg-Friedrich Blocher,  
Andreas Hett, Lena Sattler

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 Duisburg

Bismarckstraße 142, D-47057 Duisburg  
Tel. +49 203 2988-668  
Fax +49 203 3466-443  
E-Mail: duisburg@tanner.de

#### Niederlassung Erlangen

Nürnberger Straße 24-26, 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 Nürnberg

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

Am Heilbrunnen 47, D-72766 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 889367  
Fax +39 031 3540725  
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

TANNER

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.