

ABZ

DOKUMENTATION MIT SHAREPOINT

*TANNER-Lösung unterstützt
Arbeitsabläufe eines XML-
Redaktionssystems*

»EIN GUTER KATALOG KOSTET KEIN GELD – ER VERDIEN T GELD«

*TANNER-Marketingleiter Dr. Sven
Bergert im Interview mit Direkt+*

30 JAHRE TANNER: CHRONIK TEIL 1

CE: ZWEI BUCHSTABEN – VIEL POTENZIAL FÜR VERWIRRUNG

DIE SIEGER STEHEN FEST *8. TANNER-Hochschulwettbewerb*

INHALT 02/2014

- 03** IHRE DOKUMENTATION MACHT SICH SELBSTSTÄNDIG
KONTEXTSENSITIVE ANWENDUNGEN IM DOKUMENTATIONSUMFELD, TEIL 2
- 04** DOKUMENTATION MIT SHAREPOINT
TANNER-LÖSUNG UNTERSTÜTZT ARBEITSABLÄUFE EINES
XML-REDAKTIONSSYSTEMS
- 06** RÜCKBLICK: »INKA – DAS KATALOG-FORUM«
- 08** 30 JAHRE TANNER: CHRONIK TEIL 1
- 09** DIE SIEGER STEHEN FEST
8. TANNER-HOCHSCHULWETTBEWERB
- 10** »EIN GUTER KATALOG KOSTET KEIN GELD – ER VERDIENT GELD«
DR. SVEN BERGERT, TANNER-MARKETINGLEITER, IM INTERVIEW MIT DIREKT+
- 11** CE: ZWEI BUCHSTABEN – VIEL POTENZIAL FÜR VERWIRRUNG


EDITORIAL

Über 125 Millionen Lizenzen hat der Microsoft-Konzern für die Software-Plattform SharePoint bis zum heutigen Tag verkauft. In der Funktion einer Webanwendung für Zusammenarbeit und Content-Management wird SharePoint auch in vielen Dokumentationsabteilungen genutzt. Wie können auf dem bestehenden SharePoint-System aufbauend die Grundfunktionalitäten einer XML-Redaktionsumgebung umgesetzt werden? Dieser Herausforderung haben sich unsere IT-Spezialisten gestellt. Eine realisierte Lösung stellen wir Ihnen in dieser ABZ-Ausgabe vor.

Außerdem blicken wir in dieser Ausgabe zurück auf zwei sehr schöne Tage bei »INKA – Das Katalog-Forum« in Bregenz und wir stellen Ihnen die Sieger des 8. TANNER-Hochschulwettbewerbs für Technische Dokumentation vor. Unser Marketingleiter Dr. Sven Bergert gab der Zeitschrift »Direkt+« ein Interview – wertvolle Aspekte daraus rund um Kataloggestaltung und die Rolle des Katalogs im Crossmedia-Mix finden Sie in dieser ABZ-Ausgabe.

Ich wünsche Ihnen eine informative Lektüre!

Ihr



Georg-Friedrich Blocher



IHRE DOKUMENTATION MACHT SICH SELBSTSTÄNDIG

Kontextsensitive Anwendungen im Dokumentationsumfeld, Teil 2

In der ABZ-Ausgabe 01/2014 haben wir vorgestellt, wie die Vernetzung neuer Medien in der Technischen Dokumentation zu mehr Geschäftserfolg beitragen kann. Welche Potenziale lassen sich erschließen durch die Verknüpfung von intelligenten Diensten und leistungsfähiger Hardware mit den Daten und Informationen, die in den meisten Technischen Redaktionen bereits jetzt nutzbar vorliegen? Im zweiten Teil des Artikels zeigen wir, welche Anforderungen technische Informationen erfüllen müssen, um in dieser Welt bestehen zu können.

In der Technischen Dokumentation gibt es drei etablierte Konzepte, auf deren Grundlage Informationen effizient erfasst, verwaltet und publiziert werden:

- ▶ Modularisierung
- ▶ Medienneutralität
- ▶ Klassifizierung

Modularisierung

Neben der vereinfachten Bewirtschaftung von Dokumenten hilft die Modularisierung dabei, Publikationskosten zu senken und Reaktionszeiten zu verkürzen.

Kontextsensitive Anwendungen stellen keine Dokumente zur Verfügung, sondern versorgen den Anwender genau mit den Informationen, die er für die Erbringung einer konkreten Aufgabe in seinem Kontext benötigt. Modularisierung von Informationen ist damit in Zukunft mehr als ein Konzept für Effizienz im Redaktionsprozess. Sie ist Grundlage für die Publikation einzelner, zweckorientierter Informationen im Anwendungsprozess.

Medienneutralität

Publikationskosten und Durchlaufzeiten zu senken ist Ziel automatisierter Publikation von Informationen in unterschiedlichen Medien.

Der Nutzen medienneutraler Informationen wird sich durch kontextsensitive Anwendungen erheblich steigern. Die Anzahl der unterschiedlichen Kanäle wird durch die zunehmende Vielzahl von Devices, Bildauflösungen, Betriebssystemen und Publikationsformaten erhöht. Zeitgleich steigt die Anforderung an die Vermittlung von Echtzeitinformationen, die eine medienneutrale Datenvorhaltung erfordern.

Klassifizierung

Durch Klassifizierung werden Inhalte mit einer standardisierten Sprache so ausgezeichnet, dass sie von Softwarelösungen identifiziert und anhand eines Regelwerkes zielgerichtet publiziert werden können.

Für kontextsensitive Anwendungen, die sich aus unterschiedlichsten »Datentöpfen« bedienen, wie zum Beispiel Servicemanagement-Systeme, Serviceanleitungen, Teilekataloge, Wartungstabellen etc., wird die Klassifizierung zum Rückgrat kontextsensitiver Anwendungen. Sie ziehen spezifische Informationen aus diesen unterschiedlichen »Datentöpfen« in Echtzeit.

Schritt für Schritt für kontextsensitive Anwendungen fit machen

Die gute Nachricht: Bestehende Konzepte der professionellen Technischen Dokumentation schaffen bereits heute die Grundlage für die beschriebene Weiterentwicklung. Insbesondere für die Verteilung und Bereitstellung von Informationen bieten viele Anwendungen wie iTunes, iBooks, Folio u. a. eine Vielzahl an Funktionalitäten, die sich mit geringem Aufwand erschließen lassen.

Wenn Sie mehr darüber erfahren möchten, welche Anwendungen für die Verteilung und Bereitstellung von Informationen heute schon zur Verfügung stehen, finden Sie online die Inhalte: www.tanner.de/info-nachmittag





DOKUMENTATION MIT SHAREPOINT

*TANNER-Lösung unterstützt Arbeitsabläufe eines
XML-Redaktionssystems*

In der Industrie und im Mittelstand ist SharePoint seit Jahren auf dem Vormarsch: Über 125 Millionen Lizenzen hat Microsoft nach eigenen Angaben für die Software-Plattform für Businessanwendungen bereits verkauft. Auch im Bereich Technische Dokumentation nutzen viele Unternehmen das Dokumenten-Managementsystem; seine Funktionalitäten rund um die Informationserstellung und -verteilung (Integration der MS-Office-Produkte, Datenablage, Klassifikation, Versionierung, Zusammenarbeit und Verteilung verschiedener Versionen von Dokumenten) leisten hier wertvolle Dienste.

Bei bestimmten Aufgaben im redaktionellen Umfeld stößt die Microsoft-Lösung allerdings an ihre Grenzen – beispielsweise dann, wenn es um die Wiederverwendung bestimmter Module, die Erstellung und Verwaltung von Inhaltsvarianten oder eine Publikation der Inhalte in unterschiedliche Medien geht. Grund genug für die IT-Spezialisten der TANNER AG, hier nach einer Lösung zu suchen: »Das Ziel lautete, SharePoint soweit zu optimieren, dass es die Grundfunktionalitäten einer zeitgemäßen redaktionellen Umgebung bietet«, erläutert Alexander Witzigmann, Chief Technology Officer (CTO) bei TANNER.

Gewohnte Funktionen weiterhin nutzbar

»Im Standard bietet SharePoint keine Funktionen, um einfach und effektiv mit redaktionellen XML-Inhalten umzugehen und diese mit XML-Editoren wie PTC ArborText Editor, JustSystems XMetaL oder Adobe FrameMaker zu bearbeiten – analog zu der Arbeit in MS Word, aber ohne dessen spezifische Einschränkungen.«

Die Übersicht zeigt die umgesetzten wesentlichen Ergänzungen im Vergleich zur Standard-Version: Die erstellten Inhalte sind im Ergebnis normale Objekte in MS SharePoint und können über dessen gängige Mechanismen weiterverarbeitet werden.

Der Anwender kann also gewohnte Funktionen von MS SharePoint wie die Etablierung von workflow-unterstützten Arbeiten, Funktionen zur Zusammenarbeit zwischen Redakteuren und Mitarbeitern anderer Abteilungen oder die personalisierte Zusammenstellung der Arbeitsumgebung und Sichten auf die Inhalte weiterhin ganz einfach nutzen.

Zusätzlich profitiert er von den spezifischen Funktionen einer XML-basierten Redaktionsumgebung, also beispielsweise der Kennzeichnung von Abschnitten mit spezifischen Gültigkeiten, kontrolliertem und standardisiertem Schreiben, der Publikation von Inhalten in unterschiedlichen Formaten und Medien oder einer kostenoptimierten Übersetzung.

»Getuntes« SharePoint kommt bestens an

Bei den Kunden kommt das von TANNER »getunte« SharePoint bestens an. Im Vergleich zu einem ausgereiften Redaktionssystem ist der Funktionsumfang zwar reduziert, doch für viele Redaktionen stelle genau das einen Vorteil dar, so Witzigmann: »Für bestimmte Anwendungen werden herkömmliche, XML-basierte Redaktionssysteme von den Nutzern als zu komplex empfunden. Oftmals sind ein entsprechender Wissenshintergrund oder langjährige Erfahrung nötig, um die Vielzahl an Funktionen und Funktionsvarianten zielführend nutzen zu können. Der reduzierte Funktionsumfang, den unsere Lösung hier bietet, ist in vielen Szenarien ausreichend.«

Argumente für den Einsatz einer derartigen Lösung können sein:

- ▶ Die erstellten Inhalte können für klassische Medien ebenso wie für neue Anwendungsfälle flexibel genutzt werden.
- ▶ Der Aufwand für die Erstellung und Pflege der Inhalte wird durch einfache Wiederverwendung und automatisierte Modularisierung reduziert.
- ▶ Unterschiedliche Anwendergruppen können durch die Wiederverwendung gewohnter Arbeitsweisen und Tools einfach integriert werden.
- ▶ Strukturvorgaben und deren Prüfung ermöglichen eine verbesserte Unterstützung bei der Erstellung durchgängiger Inhalte (beispielhafte Inhalte als Best-Practices).
- ▶ Bereits im Unternehmen vorhandene Fähigkeiten in der Konfiguration und Anpassung von MS SharePoint und dessen Betrieb können genutzt werden.

Funktionsbereich	SharePoint-Standard	Erweiterung durch TANNER
Verwaltung	Verwaltung von Dokumenten	Manuelle oder regelbasierte Modularisierung und damit Verwaltung von Dokumenten und darin enthaltenen Modulen
Klassifizierung	Automatische Klassifizierung basierend auf Dokument-Metadaten und manuelle Vergabe von Metadaten	Automatische Klassifizierung basierend auf Metadaten im XML und manuelle Vergabe von Metadaten
Beziehungen zwischen Inhalten	–	»Where used«- und »What used«-Funktionalitäten für Verwendungen von Modulen und Querverweisen zwischen verschiedenen Modulen
Arbeitsteiligkeit	Check-out / Check-in von Dokumenten	Check-out / Check-in von zu bearbeitenden Modulen
Freigaben	Freigabe von Dokumenten	Regelbasierte Freigabe von Dokumenten / Modulen und beinhalteten Modulen
Veröffentlichen	Regelbasiertes Veröffentlichen von Dokumenten	Regelbasiertes Veröffentlichen von Dokumenten / Modulen und beinhalteten Modulen
Integration Editor	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Direktes Öffnen und Speichern von Dokumenten aus MS Word (MS Excel) ▶ Direktes Einfügen von Grafiken in MS Word ▶ Verwendung von Variablen aus Klassifikationen 	<p>Alle Funktionen sind identisch im XML-Editor verfügbar. Darüber hinaus sind folgende Funktionen verfügbar:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Einfügen von Modulen analog copy & paste ▶ Einfügen von modulübergreifenden Querverweisen ▶ Arbeiten in beliebigem Kontext (Dokument, Kapitel etc.)



RÜCKBLICK: »INKA – DAS KATALOG-FORUM«

19./20. März 2014

Am 19./20. März 2014 war es so weit – »INKA – Das Katalog-Forum« ging im Festspiel- und Kongresshaus Brezgenz über die Bühne ... und war ein voller Erfolg! Begleitet von viel Sonnenschein und eingebettet in die traumhafte Bodensee-Kulisse fanden während der zweitägigen Veranstaltung Vorträge, Workshops und eine Preisverleihung rund um »INKA – Industrie. Kataloge. Kommunizieren.« statt. Ein äußerst gelungenes Event, fanden auch die Teilnehmer, die »INKA« mit einer Gesamtnote von 1,9 bewerteten.

Alle Informationen rund um »INKA«

Alle Informationen zur Veranstaltung, die schönsten Impressionen, einen ausführlichen Rückblick auf die Vorträge und viele weitere Einblicke stehen unter www.inka-forum.de bereit. Oder besuchen Sie direkt die Social-Media-Kanäle der TANNER AG:

Filme und Interviews auf YouTube: www.youtube.com/TANNERdoku
 Fast 150 Impressionen auf Flickr: www.flickr.com/TANNER_AG
 Die Vortragsfolien auf SlideShare: www.slideshare.net/TANNER_AG
 »INKA« auf Twitter folgen: www.twitter.com/INKA_Forum



Für ihren Katalog hatte die Jury (im Bild rechts Jurysprecher Sven-Ole Binder) den ersten Platz in der Kategorie »Online« der Automation24 GmbH zugesprochen. Marketingmanagerin Katharina Zeutschler nahm den »INKA« entgegen.



Über den ersten Platz in der Kategorie »Print« freute sich die Pfeiffer Vacuum GmbH mit The Vacuum Technology Book Volume II. Den Award bekam Markus Trinklein, Marketing Communications bei Pfeiffer, überreicht.

Verleihung der »INKAs« 2013

Die besten Kataloge in den Kategorien Print und Online stellen 2013 die Pfeiffer Vacuum GmbH und die Automation24 GmbH.

Alle »INKA«-Preisträger im Überblick:

Kategorie »Print«

1. Platz: Pfeiffer Vacuum GmbH
2. Platz: TRUMPF Werkzeugmaschinen Deutschland Vertrieb + Service GmbH + Co. KG
3. Platz: Julius Blum GmbH

Kategorie »Online«

1. Platz: Automation24 GmbH
 2. Platz: WERMA Signaltechnik GmbH + Co. KG
- Ein 3. Platz wurde von der Jury nicht vergeben.

Kategorie »Mobiler Katalog«

Layer Grosshandel GmbH & Co.KG

»INKA«: 3 FRAGEN AN PROF. DR. CHRISTIAN BELZ VON DER UNIVERSITÄT ST. GALLEN

»Alles, was wir tun, nützt uns rein gar nichts, wenn es unseren Kunden nicht nützt«, so lautete die Hauptaussage von Prof. Dr. Christian Belz in der Eröffnungsk keynote von »INKA – Das Katalog-Forum« am 20. März. Der Direktor des Instituts für Marketing (IFM) der Universität St. Gallen referierte über »Akzente für mehr Erfolg im B2B-Marketing« und stand »INKA-TV« nach seinem Vortrag für ein Interview zur Verfügung.

Fassen Sie doch bitte Ihren Vortrag »Akzente für mehr Erfolg im B2B-Marketing« bei »INKA – Das Katalog-Forum« in drei Sätzen zusammen.

Prof. Dr. Belz: Am besten mache ich das anhand von drei Grundsätzen, die mir wichtig sind: Akzente statt Vollständigkeit. Wir müssen sehr genau schauen, was zum eigenen Unternehmen passt; Schwerpunkte setzen ist hier absolut erforderlich. Der zweite Grundsatz lautet Inhalt statt Hülse. Der Inhalt prägt den Fortschritt des Marketings, nicht irgendwelche Methoden oder Instrumente. Wir müssen betrachten, was wir als Unternehmen für unsere Kunden leisten können, was wir welchen Kunden sagen wollen und schließlich, wie die Botschaften lauten. Dritter Punkt: Erfolgreich ist, wer den Weg des Kunden versteht. Wir müssen den langen und komplexen Weg des Kunden zum Kaufentscheid betrachten und den Kunden auf diesem Weg mit einbeziehen.

Das Interview steht in voller Länge auf dem YouTube-Kanal der TANNER AG bereit: www.youtube.com/TANNERdoku

TERMINAUSBLICK

TANNER auf der VOCATIUM Bodensee 2014

Am 08. und 09. Juli 2014 wird die TANNER AG auf der Fachmesse für Ausbildung und Studium – VOCATIUM – in Friedrichshafen vertreten sein. Auf einem Messestand können sich Schüler und Studierende im persönlichen Gespräch über die aktuellen beruflichen Möglichkeiten bei TANNER informieren. Die Teilnahme an der Fachmesse ist kostenfrei.

Interessierte können vorab bereits einen Einzeltermin über karriere@tanner.de vereinbaren. Informationen und aktuelle Stellenangebote der TANNER AG: www.tanner.de/karriere

Sie empfehlen, sich als Marketingmitarbeiter bzw. -leiter auch mal mit Beschaffungsprozessen auseinanderzusetzen. Warum?

Prof. Dr. Belz: Wir sollten uns nicht nur im gleichen Kreis von Marketingleuten bewegen, die sich gegenseitig bestätigen. Wichtig ist der Kundenbezug! Das gilt auch für die Hersteller von Katalogen: Sie müssen wissen, wie sich der Kundenprozess gestaltet, wie die Strategien lauten und die Lieferantenbeurteilung funktioniert. Einkäufer beschäftigen sich ausführlich mit der Beschaffungsdisziplin, die zudem ausgesprochen dynamisch ist. Das grob abzuschätzen, da wir zum Beispiel mal etwas über »Buying-Center« erfahren haben – das genügt nicht.

Demnach steht der Marketingverantwortliche vor zwei Herausforderungen: Einerseits muss er sich mit der Frage beschäftigen, was der Kunde will und wie er an die gewünschte Information kommt, andererseits sollte er darum bemüht sein, die internen Prozesse zu verschlanken und zu optimieren ...

Prof. Dr. Belz: Genau das ist wichtig! Als Ergänzung: Wir haben untersucht, wie Marketing- und Vertriebsmitarbeiter ihre Zeit einsetzen. 77 % der Zeit des Marketingleiters wird intern verwendet. Unternehmen beschäftigen sich zunehmend mit sich selbst! Daher ist Außenorientierung, verknüpft mit Innenorientierung, nicht so trivial, wie sie daherkommt.

Vielen Dank für das Gespräch!



30 JAHRE TANNER: CHRONIK TEIL 1

1984

Gründung der Tanner Dokuments KG

Eine kleine Wohnung in der Bregenzer Straße in Lindau, 1. Oktober 1984: Helmut Tanner gründet das Unternehmen »Tanner Dokuments«. Die erste Angestellte ist Edda Tanner – sie arbeitet als Sekretärin für ihren Mann.

1988

Premiere für das ABZ-Magazin

»Am Anfang jeder Problemlösung steht die Information. Am Anfang jeder Dokumentation steht das ABZ«. Mit diesen Schlagzeilen geht die erste ABZ-Ausgabe im Februar 1988 in Druck. »Ein breitgefächertes Informationsangebot für das praxiserprobte Erstellen produktbegleitender Dokumentation« soll das Magazin bieten, das bis heute 178-mal erschienen ist. Seit vielen Jahren wird das ABZ nicht nur als Printausgabe, sondern auch digital verschickt – an insgesamt rund 15.500 Empfänger.

1990

1. Lindauer DOKU-FORUM

Die Tanner Dokuments KG veranstaltet das 1. Lindauer DOKU-FORUM, eine Plattform für den Informations- und Erfahrungsaustausch zu aktuellen Entwicklungen im Bereich Technische Dokumentation. In einer Ausstellung und in Vorträgen werden Themen wie »Werkzeuge für die Erstellung elektronischer Handbücher« und »Layout einer Kurzbedienungsanleitung« erörtert. Rund 150 Fachleute aus Industrie, Wirtschaft und Verlagen besuchen das 1. DOKU-FORUM, das bis heute ein regelmäßiger Termin im Kalender der Dokumentationsverantwortlichen ist.

1991

Tanner Dokuments zieht um

Das Unternehmen gedeiht – sowohl der Kundenstamm als auch die Anzahl der Mitarbeiter werden immer größer. Der Umzug im Juli 1991 in die Bregenzer Straße 11 schafft genügend Raum für weiteres Wachstum.

1993

Gründung der Tanner Dokuments AG in der Schweiz

Um die langjährigen Industriekunden in der Schweiz noch besser betreuen zu können, wird in Gossau-Zürich die Tanner Dokuments AG gegründet.

Vorreiter bei ISO-Zertifizierung

Als erstes Dienstleistungsunternehmen im Bereich Technische Dokumentation wird die Tanner Dokuments KG vom TÜV Bayern/Sachsen nach DIN ISO 9001 zertifiziert.

1994

Doppeljubiläum wird gefeiert

Das zehnjährige Firmenbestehen wird im Oktober 1994 gebührend gefeiert und auch das DOKU-FORUM hat Geburtstag – zum 5. Mal findet es in Lindau statt. Übrigens: Einen Mitschnitt der Veranstaltung konnte man für 149 DM auf VHS-Videokassette erwerben.

**ab
1995**

In der nächsten ABZ-Ausgabe: 1995 bis 2004

In der nächsten ABZ-Ausgabe blickt die ABZ-Redaktion auf die Jahre 1995 bis 2004 zurück: TANNER erhält u. a. ein neues Logo, der bereits 10. Jahrgang des ABZ erscheint und der Bau der TANNER-Denkfabrik, dem heutigen Firmensitz des Unternehmens, beginnt.

DIE SIEGER STEHEN FEST

8. TANNER-Hochschulwettbewerb

Vier Monate, von Januar bis April, haben sie geackert, dann über einen Monat die Saat aufgehen lassen und schließlich die Ernte eingefahren: Ein Team von der Hochschule Karlsruhe – Technik und Wirtschaft gewinnt 2014 den 8. TANNER-Hochschulwettbewerb für Technische Dokumentation. Dieses Ergebnis erfuhren die Studierenden am 08. Mai 2014 auf der Preisverleihung im Seehotel »Am Kaiserstrand« in Lochau am Bodensee. Die Aufgabenstellung stammte dieses Jahr von einem Global Player der Agrartechnik: der CLAAS Saulgau GmbH, die Teil des weltweit agierenden CLAAS-Konzerns ist. CLAAS forderte von den Studierenden ein Konzept, das Sicherheitsinformationen einer CLAAS Landmaschine auf ein mobiles Gerät überträgt. Das siegreiche Karlsruher Team, Heike Hellmich, Mariell Längle und David Schneider, überzeugte die Jury des TANNER-Hochschulwettbewerbs mit ihrer Beitragspräsentation und der eigensentwickelten CLAAS-App »SUPERSAFE«.

Sonderpreis der Jury

Für ihre besondere Motivation zeichnete die Fachjury ein Team der RWTH Aachen mit einem Sonderpreis aus. Darüber freuten sich Sümeyya Karayurt, Duygu Kurtulus, Christina Sparwasser und Katalin Westhoff. Den zweiten Platz erreichte ein Team der Hochschule Merseburg: Ulrike Feuerer, David Kaiser, Juliane Müller und Jenny Ullmann. Den dritten Platz belegten Ina Michael, Axel Patsch und Dorothea von Zedlitz, die aus Flensburg die weiteste Anreise an den Bodensee hatten.



Auf dem Bild (v. l.): Georg-Friedrich Blocher von der TANNER AG, David Schneider, Mariell Längle und Heike Hellmich vom siegreichen Team der Hochschule Karlsruhe und Bruno Sontheimer von der CLAAS Saulgau GmbH

Fachjury von Qualität der Einreichungen begeistert

Die Fachjury lobte das sehr hohe Niveau der Einreichungen. Die meisten Teams hatten sogar eigene Apps für CLAAS programmiert. Die Jury setzte sich zusammen aus Dokumentations-Experten folgender Unternehmen: Bosch Thermotechnik GmbH, CLAAS Saulgau GmbH, Franke Coffee Systems GmbH, Gebr. Märklin & Cie. GmbH, HILTI Entwicklungsgesellschaft mbH, KaVo Dental GmbH, Tognum AG und TANNER AG.

»Meine Erwartungen wurden von der Bandbreite und Tiefe der Einreichungen bei Weitem übertroffen. Jedes Team brachte vielversprechende Ideen ein, so dass wir jetzt über einen Lösungsbaukasten verfügen, aus dem wir die besten Ideen nutzen und miteinander kombinieren können.«

Bruno Sontheimer, Vertreter des Industriepartners CLAAS Saulgau GmbH und Juryvorsitzender



CLAAS

Industriepartner des
8. TANNER-Hochschulwettbewerbs

Weiterführende Informationen unter:
www.tanner.de/hochschulwettbewerb

»EIN GUTER KATALOG KOSTET KEIN GELD – ER VERDIENT GELD«

TANNER-Marketingleiter Dr. Sven Bergert im Interview mit Direkt+

Mit Direkt+ publiziert die Deutsche Post AG eine Zeitschrift speziell mit Themen für Entscheider im Dialogmarketing. In der Ausgabe 02/2014 widmet sich die Redaktion u. a. dem Thema Kataloggestaltung und der Frage nach der Rolle des Katalogs im Crossmedia-Mix. Als Online-Verlängerung des Themas erschien unter www.direktplus.de ein Interview mit TANNER-Marketingleiter Dr. Sven Bergert, das an dieser Stelle auszugsweise veröffentlicht wird.

Wie kann eine sinnvolle Balance zwischen wirtschaftlicher Erstellung und möglichst hoher Individualisierung eines Katalogs gelingen? Welche Regeln sollten Katalognutzer hier berücksichtigen?

Dr. Sven Bergert: Zur grundsätzlichen Frage der Wirtschaftlichkeit zitiere ich gerne Sven-Ole Binder, der Katalogmachern in Deutschland kein Unbekannter sein dürfte: »Ein guter Katalog kostet kein Geld – er verdient Geld.« Das tut er aber nur dann, wenn er wirklich relevante Angebote unterbreitet.

Im Kontext mit dem Thema Individualisierung bedeutet das zunächst einmal, sämtliche Spielereien zu vermeiden, die keinen echten Nutzwert für den Kunden haben. Denn die Kosten tatsächlich nur Geld.

Andererseits kann ein individualisierter Katalog seine Umwandlungsquote deutlich erhöhen – nämlich dann, wenn der Anbieter mit Sicherheit weiß, welches individuelle Angebot für den einzelnen Empfänger die angesprochene Relevanz hat. Und hierfür eröffnen sich Marketingverantwortlichen derzeit ganz neue Möglichkeiten: Dank tiefgreifender Analysemöglichkeiten des Kundenverhaltens können sie bereits heute sehr exakt entscheiden, welcher Grad der Individualisierung sich in welchen Folgeanstößen bei welchen Kunden rechnet.

Ein eindrucksvolles Beispiel hierfür kommt aus dem Hause Bertelsmann: Das Unternehmen bietet technische Mechanismen an, die es ermöglichen, unterschiedliche Netzidentitäten von Kunden datenschutzkonform übereinanderzulegen. Als Anbieter kann ich also die Identität eines Cookies in meinem Online-Shop mit der realen Person dahinter und deren E-Mail- sowie gegebenenfalls Postadressen verknüpfen. Ganz konkret heißt das: Ich kann Kunden aufgrund ihres Besucherverhaltens in meinem Online-Shop im Nachgang mit hochindividualisierten Folgeanstößen ansprechen, also zum Beispiel mit einem Printmailing.

Generell muss Individualisierung ja auch nicht immer zwingend den Katalog als solchen betreffen. Mit individualisierten Auflegern, Anschreiben, Beilegern etc. lassen sich hier ebenfalls sehr gute Erfolge erzielen.

Eine grundsätzliche Bedingung für eine wirtschaftlich sinnvolle Individualisierung bzw. Mass Customization ist aus meiner Sicht ein hoher Automatisierungsgrad in der Erstellung. Dieser wird durch die medienneutrale Erfassung und Verwaltung aller Produktinformationen erreicht – eigentlich ein alter Hut, aber für viele Anbieter noch immer eine nicht genommene Hürde.

Welche Möglichkeiten der Veredelung gibt es bei der Erstellung eines Kataloges, ohne dass – mit Blick auf das Budget – der Rahmen gesprengt wird? Können Sie hier vielleicht zwei oder drei Beispiele nennen, bei denen mit Hilfe überschaubarer Maßnahmen dennoch wirkungsvolle Effekte erzielt werden konnten?

Dr. Sven Bergert: Hier gilt das Gleiche wie beim Thema Individualisierung: keine Spielereien ohne Nutzwert für den Kunden. Häufig versuchen Unternehmen, die zu ihren Produkten inhaltlich nichts Substanzielles »zu erzählen« haben, dies durch Investitionen in Veredelungstechniken zu kompensieren. Hier gilt meines Erachtens die klare Aussage: Nutzenorientierte Merkmalsbeschreibungen in Text und Bild schlagen Lack und Prägung.

Natürlich gibt es auch eine Vielzahl positiver Beispiele für Weiterverarbeitung und Veredelung, also Fälle, in denen Anbieter ihre zentralen Markenbotschaften, Vorteilsargumente und Sortimente nutzen- und gewinnbringend inszenieren.

Gelungen finde ich beispielsweise die Idee eines Herstellers von Verpackungslösungen. Er hat auf seinem Katalog-Cover eines seiner Produkte abgebildet – eine darauf angebrachte Klappe mit Bogenstanzung ermöglicht den virtuellen Blick ins Innere der Verpackung. Indem er auf der Innenseite der Klappe die zentralen Vorteilsargumente kommuniziert, verdoppelt er quasi die Verkaufsfläche seines Katalogtitels.

Ebenfalls sehr gut gefallen mir die zwei schlichten Lesebändchen am Katalog eines B-to-B-Unternehmens. Die Bänder in den Primärfarben des Corporate Designs unterstreichen ganz praktisch das Nutzenversprechen des Produkts, nämlich Wissensvermittler und Nachschlagewerk für seine Kunden zu sein. Und die Kosten halten sich dabei in Grenzen.

Diese beiden Beispiele zeigen, wann Weiterverarbeitungstechniken bei Katalogen wirklich punkten können: immer dann, wenn sie der »Blätterunterlage« eine zusätzliche, funktional stimmige und vor allem nützliche »Dimension« verleihen.

Das vollständige Interview finden Sie unter:
www.tanner.de/direktplus

CE: ZWEI BUCHSTABEN – VIEL POTENZIAL FÜR VERWIRRUNG



In der ABZ-Ausgabe 01/2014 haben wir über das Konformitätsbewertungsverfahren im Rahmen der CE-Kennzeichnung berichtet – und darüber, wie die TANNER AG hierbei Unterstützung bieten kann. Das Feedback auf diesen Beitrag sowie zahlreiche Gespräche mit Partnern und Kunden zeigen, dass der Kommunikationsbedarf zum Thema CE beträchtlich ist. Auch deshalb ist auf der TANNER-Homepage nun ein eigener Bereich zu finden, wo wissenswerte Informationen zu diesem Aspekt übersichtlich zusammengestellt sind. Einen Schwerpunkt bildet dabei das Thema »Wesentliche Veränderungen an Maschinen« – hierbei geht es um Maßnahmen, die unter Umständen eine erneute CE-Konformitätsbewertung erforderlich machen.

Fragen und weitere Informationen:

Bei Fragen zum Thema CE-Kennzeichnung steht Tomislav Matiević gerne zur Verfügung: tomislav.matievic@tanner.de, Tel. +49 8382 272-141

Link zur Webseite: www.tanner.de/events/ce-kennzeichnung

Zudem gibt es auf der Webseite die Möglichkeit, Erfahrungen und Probleme mit dem Thema CE über eine Umfrage mitzuteilen. Woher werden Informationen über relevante Normen und Richtlinien bezogen? An welcher Stelle des Prozesses liegen die größten Herausforderungen für Unternehmen? Welche Maßnahmen können schnell und effektiv helfen? Unter allen Teilnehmern der Umfrage werden zehn Fondue-Sets für süßen Schokoladengenuss verlost.

Weniger um Glück als um Wissen geht es im CE-Quiz, das knifflige Fälle aus dem Dschungel der Normen und Richtlinien aufgreift. Hier kann getestet werden, wie gut man sich mit den europäischen Vorschriften auskennt.

Beim Thema CE-Kennzeichnung arbeitet TANNER mit der NSBIV AG aus Luzern zusammen. In einem Video auf YouTube stellt der Geschäftsleiter des Schweizer Beratungsunternehmens für Arbeits- und Prozesssicherheit sein Unternehmen vor und erläutert die Vorteile der Kooperation zwischen TANNER und NSBIV für die Kunden.

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, Olga Batjuschkin, Elena Bernert, Georg-Friedrich Blocher, Silke Ebert, Janka Kreißl, Lena Sattler, Andreas Schlenkhoff, Alexander Witzigmann

Bildnachweis: Titel: Anna Jurkovska/shutterstock, Seite 05: adistock/shutterstock, Seite 07: giftgruen/photocase.com, Seite 09: David Knipping, Seite 11: codswollop/photocase.com

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 920378-90
Fax +49 30 920378-88
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

Bahnhofsring 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