

# ABZ

---

**24/7 DIREKT VOM PROFI**

*TANNER realisiert Online-Shop  
für Gretsch-Unitas*

---

**WARUM WIR INTELLIGENTE  
SYSTEME ZUR INFORMATIONS-  
VERARBEITUNG BRAUCHEN**

---

**ENG VERZAHNT MIT ZAHORANSKY**

*So funktioniert eine erfolgreiche  
Prozesspartnerschaft*

---

# INHALT 01/2019

- 03 LERNEN LEICHT GEMACHT
- 04 24/7 DIREKT VOM PROFI: NEUER ONLINE-SHOP FÜR MONTAGEMATERIAL VON GRETSCH-UNITAS
- 06 WARUM WIR INTELLIGENTE SYSTEME ZUR INFORMATIONSVERRARBEITUNG BRAUCHEN
- 08 ENG VERZAHNT: ZAHORANSKY SETZT AUF PROZESSPARTNERSCHAFT MIT TANNER
- 10 13. TANNER-HOCHSCHULWETTBEWERB: TAKE-OFF FÜR INNOVATIVES LERNMATERIAL
- 11 SO GEHT TECHNIK-KOMMUNIKATION: RELAUNCH VON TANNER.DE

## EDITORIAL

Über die Chancen und Herausforderungen des digitalen Wandels wurde schon viel geschrieben – dennoch wird das Thema in den kommenden Jahren aufgrund seiner Brisanz topaktuell bleiben. In dieser ABZ-Ausgabe werfen wir darum einen genaueren Blick auf »intelligente« Informationen und Systeme zur Informationsverarbeitung.

Dass zwei Unternehmen trotz räumlicher Entfernung dank guter Organisation und den Möglichkeiten der Digitalisierung eng zusammenarbeiten können, erfahren Sie ebenfalls in dieser Ausgabe: Schon 2015 hatte die Zahoransky AG ihr Vertrauen in eine Prozesspartnerschaft mit TANNER gesetzt – und wurde nicht enttäuscht. Heute betreut TANNER die Technische Dokumentation des gesamten Verpackungstechnikbereichs.

Ich wünsche Ihnen einen erfolgreichen Start ins neue Jahr mit dieser spannenden Lektüre.

Ihr Georg-Friedrich Blocher



# LERNEN LEICHT GEMACHT



Technologien und Berufsbilder wandeln sich heute rasanter denn je und schaffen dadurch gleichermaßen neue Herausforderungen für Unternehmen wie Berufstätige. Um wettbewerbsfähig zu bleiben, müssen fachliche Qualifikationen und Kompetenzen stetig angepasst und erweitert werden – insbesondere in technischen Branchen. Dafür braucht es einerseits Motivation und andererseits Freiräume im beruflichen Alltag. Digitale Lernformate wie E-Learnings oder Mobile Learning bieten zeitgemäße Lösungen. Eine Studie der Münchner Hochschule für angewandtes Management zeigte darüber hinaus, dass der Einsatz solcher neuen Lernmedien über alle Altersgrenzen hinweg von fast drei Viertel der Befragten (71 Prozent) als wesentliche Bereicherung ihrer beruflichen Lernprozesse empfunden wird.

### Technik-Trainings mit dem richtigen Partner

Für Technik-Unternehmen, die die Weiterbildung ihrer Mitarbeitenden in der Produktentwicklung, in der Produktion, im Vertrieb oder in Marketing und Service fördern möchten, ist die TANNER AG der richtige Partner. Denn hier vereinen

sich 35 Jahre Technik-Kompetenz und Marktkenntnis aus der Technischen Dokumentation mit großer Expertise im Bereich Online-Training. Vier digitale Lernformate eröffnen Lernenden die Welt des Technik-Trainings.

### Digitale Lernformate

Ein Screencast ist schnell und kostengünstig produziert. Da hierbei eine Bildschirmaufzeichnung mit einer Tonspur versehen wird, ist dieses Lernmedium zur Veranschaulichung von konkreten Problemlösungen und Prozessabläufen besonders geeignet.

Emotionaler in der Ansprache ist ein Video-Podcast, bei dem etwa ein Präsenztraining digital umgesetzt werden kann. Einmal aufbereitet, kann die Lehrveranstaltung immer wieder abgerufen werden.

Beim Rapid E-Learning werden Lerninhalte hochwertig und mit hoher didaktischer Qualität als flexible Lernbausteine aufgearbeitet. Diese Lerneinheiten sind ideal auch als »Learning Nuggets« für Smartphones geeignet.

Ein E-Learning mit interaktiven Features, in das auch die anderen drei Lernformate integriert werden können, bietet die größte Vielfalt. Die Einbindung individuell erstellter 2D- und 3D-Animationen, Interaktionen und Simulationen erhöht die Aufmerksamkeit der Lernenden und fördert das Technik-Verständnis.



Weitere Informationen zum Online-Trainings-Angebot, zu den einzelnen Lernformaten sowie Beispiele:  
[www.tanner.de/elearning](http://www.tanner.de/elearning)

# 24/7 DIREKT VOM PROFI

*Neuer Online-Shop für Montagematerial von Gretsch-Unitas*

Was haben ein Biathlet und ein Fenstermonteur gemeinsam? Ganz einfach: Sie sind auf einen Blick – und am richtigen Werkzeug – als Profis erkennbar. Und woher kommt das richtige Werkzeug bzw. Material für die Fenstermontage? Natürlich von Gretsch-Unitas. Die familiengeführte, international agierende Unternehmensgruppe ist einer der führenden Anbieter von Fenster- und Türtechnik sowie automatischen Eingangs- und Gebäudemanagementsystemen. Als Lösungsanbieter vertreibt das Unternehmen darüber hinaus auch ein kompaktes Sortiment für die Fenstermontage wie Verglasungszubehör, Wartungssets, Dicht-, Dämm- und Klebstoffe. Über einen Online-Shop sollten diese Produkte fortan direkt an Montagefirmen in Deutschland vertrieben werden – und damit an eine Zielgruppe, die für die Gretsch-Unitas GmbH bisher nicht im Fokus stand. Bei der Realisierung des Shops und der passenden Marketing-Kampagne setzte man gleich doppelt auf das Know-how von TANNER.

## Aus »Baubeschlagzubehör« wird »Montagematerial«

Wenn es gilt, einen neuen Shop zu etablieren und eine neue Zielgruppe zu adressieren, besteht der erste Schritt darin, den Markt kennenzulernen. Eine Markt- und Zielgruppenanalyse bildete daher die Grundlage bei der Erstellung des maßgeschneiderten Marketingkonzepts für das Team vom Technischen Marketing bei TANNER. Über eine mehrstufige Desktop-Recherche wurde für das GU-Online-Geschäft ein potenzieller Markt von etwa 10.000 kleinen und mittleren Unternehmen in Deutschland ermittelt.

Nach dieser quantitativen Betrachtung stellte sich heraus, dass der Sortimentsname »Baubeschlagzubehör«, den Gretsch-Unitas für das Online-Angebot verwenden wollte, bei der Zielgruppe nicht gebräuchlich ist. Auch »Montagebedarf« oder »Montagezubehör« lieferten bei der Keyword-Recherche keine überzeugenden Ergebnisse. Anders sah es

beim Begriff »Montagematerial« aus. Da sich dieser sowohl auf die Fenster- als auch auf die Türenmontage anwenden lässt und er von der Zielgruppe aktiv verwendet wird, war eine griffige Bezeichnung für das Sortiment gefunden. Was noch fehlte, war ein Name für den Shop. Dieser sollte nicht eigenständig stehen, sondern zum GU-Gesamtauftritt passen und die Möglichkeit weiterer Shops offenhalten. Diese Vorgaben erfüllt der Name »GU DIRECT – Fenster- und Türentechnik direkt vom Lösungsprofi«.

## Profis für Profi-Produkte gewinnen

Mit dem Online-Shop für Montagematerial stand man vor einer weiteren Herausforderung, denn die Zielgruppe kauft bislang eher zögerlich online. Daher galt es, sie mit Gretsch-Unitas als Anbieter für Fenster- und Türen-Profis bekannt zu machen und für das Online-Angebot zu gewinnen. Die Kampagne zur Shop-Einführung setzte daher die Zielgruppe selbst in Szene, um bei dieser Aufmerksamkeit zu erregen: einerseits mit dem Slogan »Echte Profis erkennt man auf den ersten Blick.« bzw. »[...] am richtigen Material.«, andererseits durch einprägsame Key Visuals, die das professionelle Image eines Sportlers auf den modernen Monteur übertragen.

Die bei Montagefirmen relevante Messe »Holz-Handwerk« wurde als zeitlicher Rahmen für den Kampagnen-Start genutzt. Da sie orts- und zeitgleich mit der Leitmesse für Fenster, Türen und Fassaden »Fensterbau Frontale« in Nürnberg stattfindet, wurden im Vorfeld dieses zentralen Branchenevents Print-Mailings an die Zielgruppe versendet. Darin wurden das Unternehmen und das Online-Angebot für Montagematerial vorgestellt sowie zu einem Gewinnspiel am Messestand eingeladen.

Das gesamte Marketingkonzept umfasste mehrstufige Mailings, einen Messeauftritt, eine Gutschein-Aktion für den Ersteinkauf im Shop, Newsletter-Marketing und Anzeigenschaltung in Print- und Online-Medien.

## Technisch »Made in Germany«

Den Online-Shop selbst setzte TANNER als Full-Service-Leistung im Corporate Design von Gretsch-Unitas auf und realisierte dessen inhaltliche und grafische Gestaltung. Integriert wurden Schnittstellen zum PIM-System und zum SAP von Gretsch-Unitas sowie alle relevanten Abwicklungs- und Bezahlprozesse. Auf diese Weise erleben die Anwender ein zeitgemäßes Einkaufen von der Information bis zur Bezahlung. Hosting, IT-Betrieb und Shop-Management erbringt TANNER als laufende Dienstleistungen gleich mit.



# WARUM WIR INTELLIGENTE SYSTEME ZUR INFORMATIONSVERRARBEITUNG BRAUCHEN

Im Oktober 2018 endete der Flug JT 610 der indonesischen Lion Air tragisch, als die Maschine nur wenige Minuten nach dem Start ins Meer stürzte. Laut Medienberichten waren dem Unglück technische Probleme mit der erst zwei Monate alten Boeing 737 Max 8 vorangegangen. Der Sensor, der den Anströmwinkel misst, sei defekt gewesen. Er habe falsche Messwerte an den mit einer neuen Software ausgestatteten Bordcomputer gesendet, der daraufhin das Flugzeug in den Sinkflug lenkte. Die Piloten hätten mehrfach manuell versucht, die Maschine wieder ins Gleichgewicht zu bringen, doch das System habe immer wieder automatisch nach unten korrigiert, bis der Flieger schließlich abstürzte. Warum die Piloten diese Automatik nicht abschalteten oder es nicht konnten, ist ungeklärt. Klar ist aber, dass zwar eine Standard-Prozedur zum Abschalten der Automatik im Handbuch beschrieben ist, nicht aber das neue System.

Dieses traurige Beispiel verdeutlicht einerseits, welchen hohen Stellenwert intelligente Informationen und Systeme in unserem Alltag haben. Andererseits zeigt es die große Verantwortung, die Hersteller und Informationsersteller tragen. Die Innovationstreiberin Digitalisierung hat vieles verändert, manches zweifellos vereinfacht – auch in der Technischen Redaktion. Drei anhaltende Trends verdeutlichen, dass die Bedeutung von intelligenten Informationen wächst.

## Trend 1: Von der Regel zur Ausnahme

Der erste Trend ist die zunehmende Automatisierung von Standard-Prozessen und der vermehrte Einsatz von Robotern. Im Gegensatz zum primären und sekundären Wirtschaftssektor steht diese Entwicklung im Dienstleistungssektor erst am Anfang, da Prozesse hier schwerer zu automatisieren sind. Dennoch sind Veränderungen sichtbar: Beispielsweise steigt die Arbeitsteilung im Bereich Service u. a. durch vereinfachte Verfahren zum Warten und Austauschen von Teilen.

In der Technischen Dokumentation sinkt deshalb der Bedarf an Standard-Wissen, zum Beispiel klassische Schritt-für-Schritt-Anleitungen. Substituiert werden diese

Informationen u. a. durch eine optimierte Konstruktion für einfacheren Service, einfachere Software und höhere Automatisierung. Gibt es jedoch Abweichungen vom Standard, erscheinen Fehlermeldungen oder funktioniert etwas nicht mehr, kann der Mensch die Ursache mit gängigen Mitteln oft nicht mehr identifizieren und das Problem beheben. In diesem Bereich steigt die Komplexität, sodass Wissen immer spezifischer bereitgestellt werden muss. »Troubleshooting« rückt in den Fokus, während die klassische Anleitung an Bedeutung verliert.

## Trend 2: »Big Data«

Der zweite Trend, der intelligente Informationen und Systeme notwendig macht, ist die schnelle Zunahme an verfügbaren Daten. 2016 wurde weltweit ein Datenvolumen von 16 Zettabytes produziert. Laut eines im April 2017 erschienenen Berichts des Analyseunternehmens IDC wird sich dieses im Jahr 2025 auf kolossale 163 Zettabyte verzehnfachen. Das Problem von »Big Data« ist offensichtlich: Diese Daten sind von riesigem Ausmaß, schnelllebig und oft unstrukturiert. Entsprechend schwierig wird der zielgerichtete Zugriff auf benötigte Daten.

## Trend 3: Moderne Analyse-Verfahren

Um in der verfügbaren Masse an Informationen schnell die relevante zu finden, bräuchte der Mensch allein eine hohe Qualifikation, viel Erfahrung sowie eine sehr gute Abstraktions- und Transferfähigkeit. Das heißt, er müsste genau wissen, an welchen Stellen er die Antworten auf seine Fragen findet, und diese auf seinen Bedarf gedanklich anpassen. Im Zuge der steigenden Durchdringung unserer Lebenswelt mit Online-Diensten (z. B. Online-Shops und Social-Media-Kanäle) gehören Verfahren zur Messung von Anwenderverhalten und der Rückschluss auf relevante Aktionen oder fehlende Inhalte heute zum Standard. Dabei werden Informationen vorselektiert und der Abstraktions-

aufwand verringert, sodass auch weniger qualifizierten Anwendern schnell relevante Informationen zur Verfügung stehen. Bekanntestes Beispiel ist Google Analytics für das Webseiten-Tracking. Solche Verfahren können auch in der Technischen Redaktion Anwendung finden.

## Ein Beispiel aus der Technischen Redaktion

Durch die genannten Digitalisierungstrends wächst zum einen der Bedarf an intelligenter Information, zum anderen stehen die technischen Bausteine und Methoden zur Umsetzung zur Verfügung. Intelligente Informationen, die mit anderen Informationen in Relation gesetzt werden, sodass sie den Bedarf des Anwenders in seiner konkreten Situation optimal erfüllen. Außerdem unterstützen sie die alternativen Lösungsräume und Denkansätze des Anwenders in der weiteren Verwendung bestmöglich.

Um diesen Bedarf zu decken, ist der erste Schritt, die vorhandenen, umfangreichen Informationen intelligenter zugänglich zu machen. In der Technischen Redaktion heißt dies, bei der Erstellung von Informationen zunächst den Anwendungsprozess genau zu definieren, um dann sehr nahe daran zu arbeiten. Beispielsweise vollzieht der Redakteur nach, welchen Prozess ein Service-Call bis zur Lösung durchläuft: Was sind die relevanten Fragestellungen der Anwender in einem bestimmten Schritt? Welches Wissen benötigen sie in welchem Fall? Aus welcher bereits vorhandenen Quelle kann die relevante Information generiert werden (CMS, Redaktionssystem, FAQ, ERP, Kalendereinträge etc.)? Welche Inhalte fehlen und müssen erstellt werden? Was dem Anwender schließlich zugänglich gemacht wird, hängt oft davon ab, auf welche unternehmensinternen und -externen Informationsquellen der Technische Redakteur zugreifen kann, welche Fragestellungen er als relevant einstuft und ob es organisatorische Hürden gibt, die eine Einbindung von Informationen erschweren.

Eine Lösung – sowohl für Anwender wie für Inhaltsersteller – bietet die passende IT-Umsetzung in Form einer

Plattform, die heterogene, semi-strukturierte Daten über Regeln verwendbar macht und sich Technologien aus dem B2C-Umfeld zunutze macht (NoSQL, Analytics, KI). Vergleichbar ist das mit der Google-Suchmaschine, deren Ergebnisse meist auf die Vorlieben und den Standort des Nutzers optimiert sind. Eine Plattform im B2B-Bereich kann dem Anwender ebenfalls je nach Qualifikation, Problem, Standort etc. maßgeschneiderte Hilfen, weiterführende Inhalte (»Related Content«) oder »Best Practice«-Beispiele aus anderen Unternehmensbereichen liefern. Auch der Inhaltsersteller verfügt damit über ein mächtiges Tool, durch dessen Analysefunktionen genau benannt wird, welche Inhalte relevant sind – oder in welcher Form noch produziert werden müssen. Mithilfe von technischen Lösungsbausteinen ist die Umsetzung eines solchen Vorhabens schnell und wirtschaftlich machbar, ohne dass Anpassungen an den vorhandenen Daten notwendig sind. Optimierungen werden erst nach Feststellung des tatsächlichen Bedarfs realisiert.

## Zusammenfassung

Intelligente Informationen sind essentieller Teil unseres Alltags. Sie verringern die Lücke zwischen der Fragestellung des Menschen und der Masse an verfügbaren Informationen, sodass jedem – unabhängig vom Wissensstand – schnell das Relevante zur Verfügung steht. Ein intelligenter Zugang zu den vorhandenen Informationen sowie digitale Analyseverfahren, um diese bedarfsorientiert zu optimieren und Informationslücken mit hohem Nutzen im Anwendungsprozess zu schließen, unterstützen Inhaltsersteller und Anwender gleichermaßen. Auch für Technik-Unternehmen gibt es innovative Lösungswege, um ihre Informationen intelligenter zugänglich zu machen und damit effizient zu nutzen. Die Umsetzung in Form einer intelligenten Plattform, wie sie oben kurz beschrieben wurde, ist kein Hexenwerk, sondern schnell und wirtschaftlich machbar. Dank der Digitalisierung sind solche leistungsfähigen Instrumente verfügbar – sie müssen nur intelligent genutzt werden.

# ENG VERZAHNT

## Zahoransky setzt auf Prozesspartnerschaft mit TANNER

Die zunehmende Digitalisierung ermöglicht es immer mehr, von Ort und Zeit unabhängig zu arbeiten. Das gestaltet Prozesse flexibler und transparenter und erhöht oftmals die Produktivität. Unternehmen haben dieses Potenzial längst erkannt. Sie passen ihr Mindset an und optimieren ihre Arbeitsabläufe, um den größtmöglichen Nutzen aus den sich bietenden Chancen zu ziehen. Für die Zukunft aufgestellt ist auch die traditionsreiche Zahoransky AG. Der weltweit agierende Technologiekonzern aus dem Schwarzwald produziert Spritzgießwerkzeuge, Blisterverpackungsmaschinen sowie Maschinen zur Herstellung von Bürsten, Besen, Mascara- und Interdentalbürsten. Als Prozesspartner realisieren Zahoransky und die TANNER AG seit 2015 die Technische Dokumentation im Bereich Sondermaschinenbau gemeinsam und überbrücken dabei die Distanz zwischen den Standorten.

### Aufbau einer gemeinsamen Struktur

Die Technische Dokumentation im Sondermaschinenbau ist eine anspruchsvolle Aufgabe für beide Partner im Prozess, die nur punktuell zusammenarbeiten: Einerseits bedeutet es einen hohen Einarbeitungsaufwand für die Technischen Redakteure, andererseits ist die kontinuierliche Auslastung mit Projekten eine Grundvoraussetzung, um das erarbeitete technische Know-how auf hohem Niveau zu halten. Der Aufbau der gemeinsamen Prozesse von TANNER und Zahoransky war dementsprechend grundlegend. Er bedurfte einiger Zeit und gewisser »Soft Skills«, wie Gunnar Beschle von TANNER weiß: »Eine hohe Aufmerksamkeit für einander sowie beiderseitiges Engagement erleichterten es, diese

Prozesspartnerschaft erfolgreich zu etablieren.« Nach der Aufbauphase laufe nun alles stabil. »Das Hauptziel, die Technische Dokumentation pünktlich zur Auslieferung der Zahnbürsten-Verpackungsmaschinen fertigzustellen, erreichen wir.« Darüber hinaus hat Zahoransky TANNER mit der Erstellung der Transportanleitungen für das gesamte Produktportfolio betraut.

### Gute Planung gewährleistet den Erfolg

Um trotz der räumlichen Entfernung zwischen Schwarzwald und Bodensee die beste Betreuung der Projekte und reibungslose Abläufe zu gewährleisten, braucht es eine aufmerksame Projektplanung und gutes Controlling. Darum finden alle 14 Tage Produktionsplanungstermine sowie bedarfsorientierte Rechercheterminale statt. Bei diesen Regelmeeetings werden die neuen Aufträge bei Zahoransky besprochen und die jeweilige Dokumentation festgelegt. So ist gewährleistet, dass die TANNER-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter einen frühen Überblick über anstehende Projekte erhalten und Ressourcen verfügbar machen können.

Kontinuierlich betreuen zwei Technische Redakteure von TANNER seit drei Jahren den Verpackungstechnikbereich. Anders als üblich gibt es bei Zahoransky keine zentrale Schlüsselperson. »Wir kontaktieren unsere Ansprechpartner direkt in Konstruktion und Auftragssteuerung und holen die Informationen selbst ein«, erklärt Svenja Mertens-Pätzold, Technische Redakteurin und Projektleiterin bei TANNER. »Wir arbeiten also eng verzahnt mit dem Unternehmen und parallel zur internen Technischen Dokumentation, die das Service Level vorgibt.«

### Besonderheiten in der Zusammenarbeit

Die Redakteure arbeiten an spezifischen Arbeitsplatzrechnern mit dem hauseigenen, auf Adobe FrameMaker basierenden Redaktionssystem von Zahoransky sowie mit dem Solid Composer. Da der Anteil an Grafiken, die von TANNER erstellt werden, bei dieser Zusammenarbeit sehr hoch ist, sind die Bereiche Redaktion und Grafik nicht wie sonst üblich getrennt. Die Technischen Redakteure besitzen alle nötigen Qualifikationen.

Eine weitere Besonderheit ist, dass die TANNER-Redakteure entwicklungsbegleitend arbeiten und für eigenständige Recherchen freien Zugriff auf die gesamten Konstruktionsdaten haben. »Um kurzfristige Änderungen abfangen zu können, müssen wir gut organisiert sein und diese Daten stets aufmerksam prüfen«, erklärt Svenja Mertens-Pätzold. »Wir haben einen sehr tiefen Einblick in sensible Bereiche des Unternehmens. Darum arbeiten wir natürlich auf der höchsten Sicherheitsstufe«, ergänzt Gunnar Beschle. »Wir sind froh über das große Vertrauen, das Zahoransky uns hierbei schenkt.«

### Höhere Transparenz in der Doku-Erstellung

»Da wir die Betreuung der Technischen Dokumentation für den gesamten Verpackungstechnikbereich in externe Hände gelegt haben, wünschen wir uns natürlich, dass die vertrauten Mitarbeiter bei TANNER immer verfügbar sind, wenn wir sie benötigen«, sagt Christian Schäfer, Leiter der Technischen Dokumentation bei Zahoransky. Die anfängliche Skepsis, ob der Schritt in die Prozesspartnerschaft der richtige ist, sei nach der Aufbauphase vollkommen ausgeräumt. Die Optimierung von internen Prozessen und die klarere Zuordnung von Verantwortlichkeiten hatten einen weiteren positiven Effekt: Der Erstellungsprozess der Dokumentation von Zahoransky hat jetzt terminlich und wirtschaftlich eine sehr hohe Transparenz. Gunnar Beschle: »Die TANNER-Mitarbeiter sind technisch und inhaltlich sehr tief involviert. Das geht natürlich nicht von heute auf morgen. Die Prozesspartnerschaft läuft nun seit Längerem stabil, worauf wir sehr stolz sind.«



Mit der Verpackungsmaschine »Z.PACK« lassen sich individuelle Blisterverpackungen herstellen, z. B. für Zahnbürsten.



## TAKE-OFF FÜR INNOVATIVES LERNMATERIAL

### 13. TANNER-Hochschulwettbewerb mit Lufthansa Technical Training

Am 01. Februar erhielten die teilnehmenden Studierenden-Teams die Aufgabenstellung des diesjährigen TANNER-Hochschulwettbewerbs. Diese dreht sich ganz um ein spannendes Thema aus der Luftfahrt, denn der Partner heißt diesmal Lufthansa Technical Training (LTT). Die hundertprozentige Tochter der Lufthansa Technik AG mit Sitz in Hamburg wurde 1995 gegründet und realisiert aus- und weiterbildungsbezogene Lösungen für Unternehmen und Mitarbeiter in der Luftfahrtindustrie. Im Fokus steht die Maintenance-, Repair- und Overhaul-Industrie für Flugzeuge, Triebwerke und Komponenten der zivilen Luftfahrt. Dem Schwerpunkt des Unternehmens entsprechend stellt LTT die Teilnehmerinnen und Teilnehmer des Hochschulwettbewerbs vor die Herausforderung, vorhandene Schu-

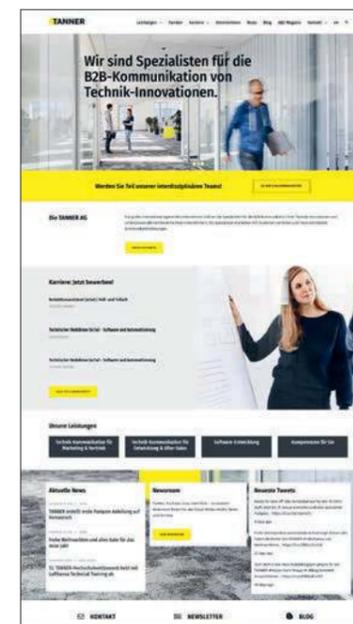
lungsangebote und Trainingsmaterialien zu digitalisieren und innovative Dokumentationskonzepte für Lernmaterialien zu erstellen. Im Mai 2019 präsentieren die Studierenden ihre Einreichungen vor einer unabhängigen Jury aus der Industrie. Die Sieger werden am selben Abend im Rahmen einer feierlichen Preisverleihung geehrt.

#### 13. TANNER-Hochschulwettbewerb

Versand der Aufgabenstellung: 01. Februar 2019  
Ausarbeitung der Wettbewerbsbeiträge: Februar bis Mitte April 2019  
Jury Sitzung, Präsentation & Preisverleihung: 15. Mai 2019  
Weitere Informationen unter: [www.tanner.de/hochschulwettbewerb](http://www.tanner.de/hochschulwettbewerb)

## SO GEHT TECHNIK-KOMMUNIKATION

### Relaunch von [tanner.de](http://tanner.de)



Seit September 2018 präsentiert sich der TANNER-Internetauftritt im neuen Gewand und informiert zu aktuellen Themen der Technik-Kommunikation sowie zu den Leistungen der TANNER AG. Als wichtigster Baustein im Online-Marketing ist die neue Webseite inhaltlich informativ sowie ansprechend im Design – und selbstverständlich responsive, damit sie auf allen gängigen mobilen Geräten eine Top-Performance abliefern.

Eine vollständige inhaltliche Überarbeitung haben insbesondere die Leistungsseiten erfahren: Der Bereich der Technik-Kommunikation zeigt sich aufgeräumt und klar geteilt in Pre- und After-Sales-Leistungen. Content-Slider visualisieren die Kundenprojekte sowohl

in der Marketing- und Vertriebskommunikation als auch in der Technischen Dokumentation. Die aufgeschlüsselte Präsentation des umfangreichen Leistungsangebots in der Software-Entwicklung unterstreicht die vielseitigen IT-Kompetenzen der TANNER AG – natürlich ebenfalls ergänzt durch die realisierten Kundenprojekte.

Inhaltlich auf den Punkt gebracht, trotzdem umfassend informativ – der neue Internetauftritt zeigt genau das, was TANNER am besten kann: Technik-Kommunikation.

#### IMPRESSUM

Herausgeber  
**TANNER AG**  
Von-Behring-Straße 8A  
D-88131 Lindau  
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:  
Elena Bernert, Gunnar Beschle, Georg-Friedrich Blocher, Silke Ebert,  
Sandy Hedig, Vanja Lazarevic, Svenja Mertens-Pätzold, Andreas Schlenkhoff,  
Hannah Smetana, Alexander Witzigmann  
Druck: Druckhaus Müller  
Bildnachweis: Cover: Adobe Stock/spainter\_vfx, S.06: Adobe Stock/  
spainter\_vfx, S.08: iStock/mauhorg, S.10: Lufthansa

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**  
Von-Behring-Straße 8A, D-88131 Lindau  
Tel. +49 8382 272-0  
Fax +49 8382 272-900  
E-Mail: [info@tanner.de](mailto:info@tanner.de)

**Standort 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)

**Standort Chemnitz**  
Mühlenstr. 34-36, D-09111 Chemnitz  
Tel. +49 371 355990-0  
Fax +49 8382 272-900  
E-Mail: [chemnitz@tanner.de](mailto:chemnitz@tanner.de)

**Standort 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)

**Standort Karlsruhe**  
Bahnhofstr. 37, D-76676 Graben-Neudorf  
Tel. +49 7255 76276-29  
Fax +49 7255 76276-28  
E-Mail: [info@tanner.de](mailto:info@tanner.de)

**Standort 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)

**Standort Paderborn**  
Technologiepark 13, D-33100 Paderborn  
Tel. +49 5251 879718-18  
Fax +49 5251 879718-88  
E-Mail: [paderborn@tanner.de](mailto:paderborn@tanner.de)

**Standort Reutlingen**  
Augenriedstraße 9, D-72800 Eningen unter Achalm  
Tel. +49 7121 144934-10  
Fax +49 7121 144934-20  
E-Mail: [reutlingen@tanner.de](mailto:reutlingen@tanner.de)

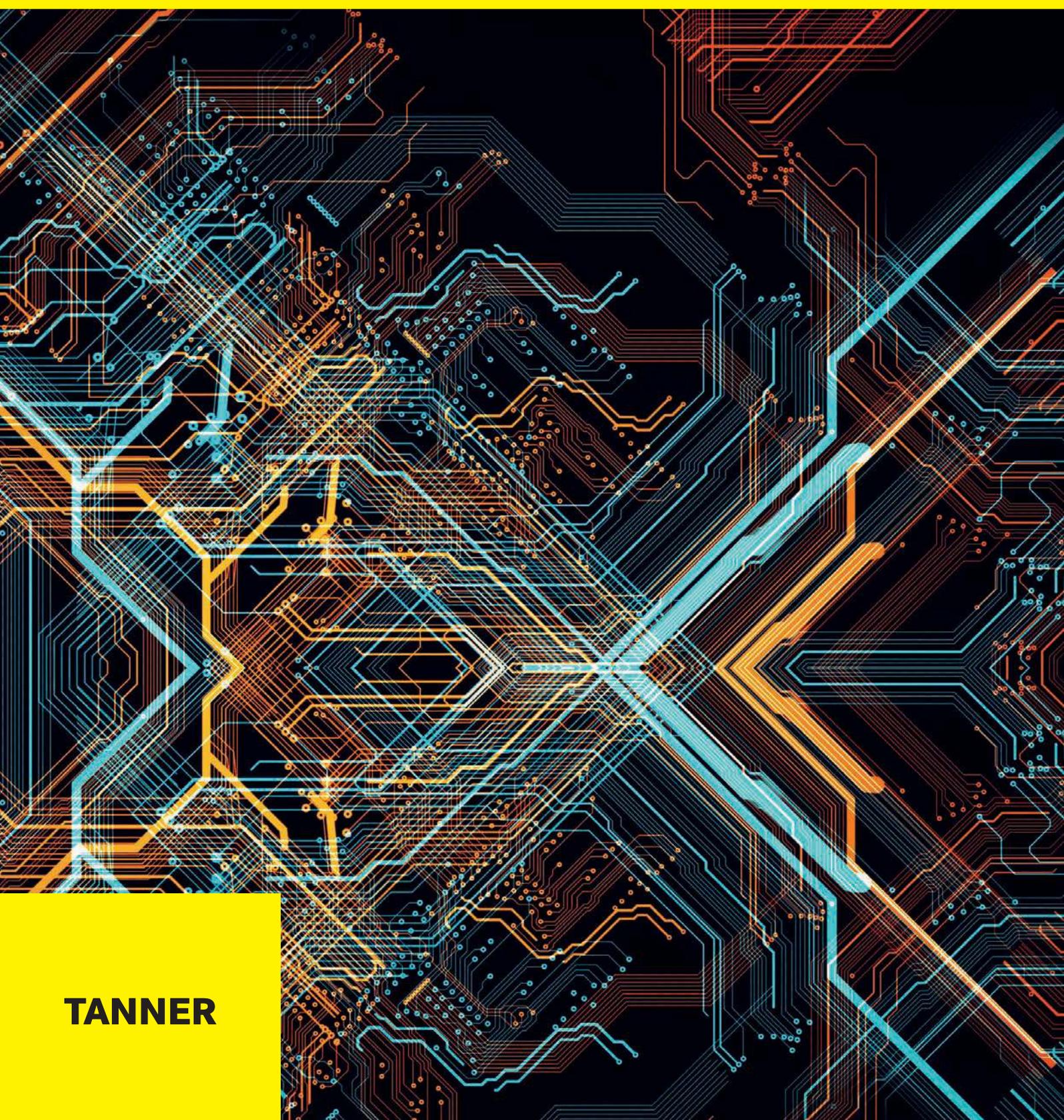
**Standort Rostock**  
Friedrichstraße 11, D-18059 Rostock  
Tel. +49 8382 272-111  
Fax +49 8382 272-900  
E-Mail: [rostock@tanner.de](mailto:rostock@tanner.de)

**Tanner Schweiz GmbH**  
Espanstrasse 135, CH-9443 Widnau  
Tel. +41 71 723 14 43  
E-Mail: [info@tanner-schweiz.ch](mailto:info@tanner-schweiz.ch)

**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  
Von-Behring-Straße 8A  
D-88131 Lindau  
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)



**TANNER**