



// WOLFGANG MAIER, MARKETINGLEITER BEI LEUCO: „SO MACHT PRODUKTKOMMUNIKATION SPASS. HIER HABEN WIR ALLE INFORMATIONEN AUF EINEN BLICK UND PER KNOPFDRUCK ZUR RICHTIGEN VERWENDUNG.“

Thema

POLE POSITION DURCH 'PIM'

Ein global agierendes Unternehmen wie Leuco braucht auch eine globale und einheitliche Produktkommunikation

// Große Produktvielfalt und eine internationale Ausrichtung sind für jedes Unternehmen eine Herausforderung in Sachen Kommunikation. Denn ein einheitliches, länderübergreifendes Erscheinungsbild und die ständige Aktualisierung der Kataloge, Preislisten und Flyer sind ein Muss. Damit dies nicht zum Problem wird, greifen immer mehr Firmen auf ein PIM-System zurück. So auch die Firma Leuco aus Horb, die mit crossbase zum ersten Mal den Jahreshauptkatalog und die Verkaufsunterlage in mehreren Ländervarianten erstellt.

Hinter der Marke Leuco steht eine stark international ausgerichtete Unternehmensgruppe der Präzisionswerkzeugindustrie im Bereich Holzbearbeitung. Leuco befindet sich organisatorisch unter dem Dach der 1989 gegründeten tolatec AG mit Sitz in Horb.

// Herausforderung:
globale Kommunikation

Mit zahlreichen Tochtergesellschaften und Vertriebspartnern in über 60 Ländern gehört Leuco zu den globalen Marktführern. Zum Produktsortiment gehören Kreissägeblätter, Zerspaner, Fräser, Bohrer, Wendeplatten, Diamantwerkzeuge und Spannsysteme, die Anwendung finden in den Bereichen Massivholz sowie Holz- und Verbundwerkstoffe. Eine solche globale Aufstellung eines Unternehmens ist eine Herausforderung, vor allem in Bezug auf die interne Kommuni-

kation und die länderübergreifende einheitliche Außendarstellung. Dass schnelle und individuelle Produktkommunikation ein direkter Weg zur Absatzsteigerung ist, ist inzwischen Gegenstand zahlreicher Studien. Diese Erkenntnisse waren letztendlich bei Leuco projektauslösender Faktor und führten zur Implementierung der crossbase-Lösung. Um die hohe Produktqualität und -vielfalt überzeugend präsentieren zu können, veröffentlicht Leuco regelmäßig den mehr als 600 Seiten starken Produktkatalog. Zum ersten Mal wurde der Hauptkatalog mit dem System von crossbase erstellt.

Crossbase, etablierter Hersteller von PIM- und Cross-Media-Lösungen mit Standorten in Böblingen und Wolfurt (Vorarlberg), versteht sich als Anbieter von Standardsoftware. „Die flexible Anpassungsfähigkeit unserer Lösung an die individuellen Wünsche und Bedürfnisse der Kunden ist für uns jedoch

selbstverständlich“, betont Thomas Kern, Geschäftsführer von crossbase, und ergänzt: „Die herausragenden Merkmale sind effiziente Übersetzungsprozesse und eine markt- und zielgruppenspezifische Produktkommunikation. Kurz: Eine Standardsoftware mit individuellen Lösungskonzepten.“

Auf Grundlage der crossbase-Standardsoftware wurde für Leuco eine PIM- und Cross-Media-Lösung entwickelt. Wichtig für das Unternehmen bei der Entscheidung für

// 'ICH KAM, SÄGTE, SIEGTE' – HÄTTE ES DAMALS SCHON LEUCO SÄGEBLÄTTER GEGEBEN, HÄTTE SICH GAIUS JULIUS CAESAR VIELLEICHT SO AUSGEDRÜCKT.

// WERKZEUGE ZUR BEARBEITUNG VON HOLZ UND PLATTENMATERIALIEN SIND DIE STARS BEI LEUCO – DESHALB HEISST DAS WERKZEUGPROGRAMM AUF WERBEPOSTERN 'ALLSTARS!'.

// THOMAS KERN, GESCHÄFTSFÜHRER VON CROSSBASE: „EINE FLEXIBLE ANPASSUNG UNSERER LÖSUNG AN DIE INDIVIDUELLEN WÜNSCHE UND BEDÜRFNISSE DER KUNDEN IST FÜR UNS SELBSTVERSTÄNDLICH.“



crossbase waren deren Referenzen und die vorhandene Schnittstelle zu SAP. Die Produktmanager von Leuco pflegen die kaufmännischen Merkmale und Preisdaten zu den verfügbaren Verkaufsartikeln in SAP. Über eine direkte Schnittstelle werden diese Daten von SAP

// Facettenreiche Produktkommunikation

nach crossbase überführt, wo die Produkte mit technischen Merkmalen und umfangreichen Bildern für die marktspezifischen Produktansichten veredelt werden. Zusätzliche Dokumente sowie Verkaufs- und Marketingtexte werten die Produktdaten weiter auf. Wolfgang Maier, als Marketingleiter bei Leuco tätig, ist begeistert: „So macht

Produktkommunikation Spaß. Hier haben wir alle Informationen auf einen Blick und per Knopfdruck zur richtigen Verwendung.“

Mit dem Standardtool crossbase.print erfolgt die Umsetzung des Produktkatalogs: es füllt die mit Adobe InDesign erstellten Tabellentemplates mit den zum Produkt gehörenden Texten, Bildern und Merkmalen und bringt sie in 'Form'. Mit der individuell konfigurierten Standardtabelle sind anspruchsvolle Tabellenlayouts einfach zu realisieren. Sie enthalten Bilder aus verschiedenen Produktansichten und werden im Fließsatz automatisch umbrochen.

Die Erstellung der notwendigen Layoutvorlagen erfolgt mit crossbase.layout. Die so genannten Layoutbausteine erlauben es, strukturierte Layouts über modifizierte Regeln schnell anzupassen.





Crossbase unterstützt drei verschiedene Layouttypen: Stehsatz, Fließsatz und frei gestaltete Layouts. Leuco nutzt vorrangig den Fließsatz. Bei diesem passt sich die Anzahl der Seiten eines Dokuments dynamisch dem Inhalt an. Gleichzeitig werden ein Preisupdate und die Satzspiegelsteuerung durchgeführt sowie der Artikelindex erstellt.

Eine Besonderheit stellt die Flexibilität der Lösung in Bezug auf die Ebenenansteuerung von InDesign dar. Elemente, bei denen es keiner Übersetzung in unterschiedliche Sprachen bedarf, wie etwa Bilder, landen auf einer eigenen Ebene. So kann sich später in der Übersetzung das Layout nicht unabsichtlich verschieben. Ein Teil der Katalogseiten wird bei Leuco gestalterisch frei erstellt. Dies wird

// INNOVATIONEN ENTSTEHEN BEI LEUCO SEIT FÜNF JAHRZEHNEN DURCH EINEN ENGEN DIALOG ZWISCHEN KUNDEN, MASCHINENHERSTELLERN UND FORSCHUNG & LEHRE. DIE UNTERNEHMENSPHILOSOPHIE BEI LEUCO BESCHREIBT DESHALB DER SLOGAN 'LEUCO DIALOG. YOU'RE PART OF IT!'.

mit dem Layouttyp 'Freie Platzierung' umgesetzt, der es erlaubt, Bilder und Texte völlig frei zu platzieren und das Seitenlayout für anschließende Übersetzungen in die Datenbank zurück zu speichern. Die Übersetzung der Artikeldaten fügt sich nahtlos in den Workflow ein. Über crossbase.trans werden die Texte für eine Erstübersetzung oder eine Aktualisierung im XML-Format exportiert.

STUDIE: PRODUKTKOMMUNIKATION ALS SCHLÜSSEL ZUM ERFOLG

ERGEBNISSE DER 'PIM-STUDIE 2009' VON BMK:

Zunehmende Produktvielfalt, eine steigende Anzahl von Verkaufskanälen, internationale Märkte und wachsender Kostendruck sind eine Herausforderung für jede Marketing-Abteilung. Produktinformationen schnell, kostengünstig und für sämtliche Kanäle zu erstellen, ist zu einem nicht unerheblichen Wettbewerbsfaktor geworden. Produktinformationsmanagement (PIM)-Lösungen stellen somit die Basis für Wachstum und Wettbewerbsfähigkeit dar.

Mit Hilfe dieser Systeme werden Daten unterschiedlicher Genesis intelligent gespeichert, verwaltet und in die verschiedenen Ausgabekanäle distribuiert. Da die Unterschiede der PIM-Systeme vor allem im Detail liegen, ist es für Anwender wichtig, diese genau zu kennen, um bei der Auswahl des

für sie geeigneten Tools die richtige Entscheidung zu treffen.

Dr. Erich Koetter, Geschäftsführer von BMK, bietet u.a. Beratung zum Thema Produktinformationsmanagement an. Er untersucht und vergleicht in seiner 'PIM-Studie 2009' die Lösungen der 5 Top-Anbieter crossbase, ContentServ, e-pro, jCatalog und Viamedici. Unterschiedliche, marktrelevante Aspekte – bezogen auf die Funktionalitäten als auch auf die Dienstleistungen – sind die Basis eines Fragenkatalogs, der von den Herstellern in standardisierten Interviews beantwortet wurde. Ebenfalls befragt wurden 15 Referenzkunden. Sie beantworteten strukturierte Fragen zu individuellen Anforderungen, dem Erfüllungsgrad der Umsetzung und der Software selbst.

Fazit: Die Systeme befinden sich alle auf einem hohen technischen Niveau, mit sehr

guter Integration in die bestehenden EDV-Landschaften und zunehmend optimiertem Handling der Übersetzungen. Dank dediziertem und zumeist über graphische Oberflächen konfigurierbarem Workflow wird den Bedürfnissen des Kunden nach Abbildung seiner Arbeitsabläufe Rechnung getragen. Projektmanagement, Beratung und Zusammenarbeit mit den Kunden besitzen noch Optimierungspotenzial. Dass die befragten Teilnehmer zu über 80% dasselbe System wieder wählen würden, lässt insgesamt den Schluss einer hohen Kundenzufriedenheit zu. Die Studie von BMK wird im Frühjahr 2009 erscheinen.

Weitere Informationen dazu erhalten Sie unter studie@bmk-online.org oder der entsprechenden Website.

Zusätzlich erzeugte PDF-Dateien erleichtern den Übersetzern durch die Visualisierung die Arbeit. Bei Leuco kommt ein marktgängiges Übersetzungstool zum Einsatz, mit dem die Übersetzungen erstellt und im XML-Format wieder mit crossbase ausgetauscht werden. Das eigentliche Erzeugen einer Sprachvariante setzt crossbase.print um. Über diesen Workflow kann Leuco den Katalog in allen Sprachen

weg und neue müssen erlernt werden. Dank guter Schulung und Unterstützung von crossbase ist diese Prozessneugestaltung ausgezeichnet gelungen. Das zeitnahe Erscheinen von Länderkatalogen mit unterschiedlichem Sortiment ist für uns bereits gelebte Realität. Im nächsten Schritt folgt jetzt die Integration der Website und des Onlinekatalogs.“ (ro)

// Mehrere Sprachvarianten

nahezu zeitgleich produzieren, auch die russische und chinesische Ländervariante. Insbesondere die zeitnahe Erstellung der Ländervarianten, die sich im Sortiment und Preis unterscheiden, bringt deutliche Kostenvorteile.

Die konsequente Umsetzung des Prinzips 'Simultaneous Language Publishing' ermöglicht es Leuco, schneller, flexibler und markadäquat zu agieren. Wolfgang Maier: „Sicherlich benötigt ein komplexer Vorgang wie die Katalogerstellung ein anspruchsvolles Werkzeug. Mit der crossbase-Lösung fallen gewohnte Arbeitsweisen



// BILD RECHTS: LEUCO BOHRER IM EINSATZ AUF EINER CNC-MASCHINE.

