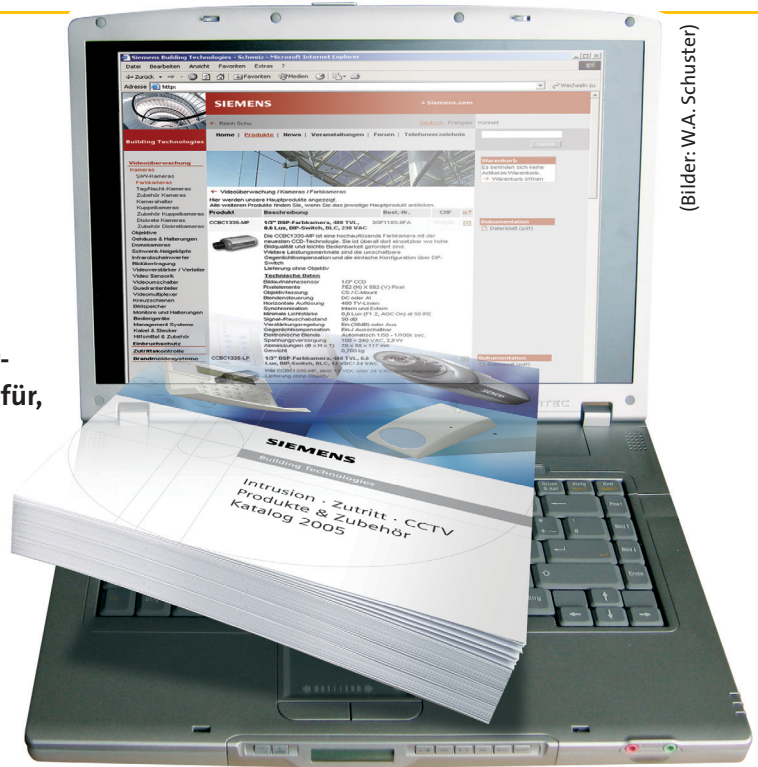


Print- und Online-Kataloge

Do it yourself

Ein Content-Management-System und ein internetgestützter Server sorgen bei Siemens FSP dafür, dass die Katalogproduktion kein Hexenwerk mehr ist. Die Kosten in der Druckvorstufe wurden fast halbiert, der Versand von Preislisten entfällt. Produktmanager und Marketingmitarbeiter kümmern sich selbst um die Administration des Systems.

Kataloge produzieren und Produkte online präsentieren



(Bilder: W.A. Schuster)

Kataloge sind nach wie vor unentbehrlich, wenn es darum geht, Waren übersichtlich und vollständig zu präsentieren. Siemens Fire & Security Products in Karlsruhe wollte seine Kataloge nicht nur einfacher und schneller als bisher produzieren, sondern die Informationen auch online zur Verfügung stellen. Das Unternehmen wollte in punkto Qualität, Schnelligkeit und Kostensenkung keine Kompromisse machen. Da man auf dem Markt kein geeignetes Werkzeug fand, entschied sich die für die Katalogherstellung zuständige Werbeagentur W.A. Schuster GmbH, Marketing und Kommunikation, Stuttgart, dafür, zusammen mit externen Fachleuten ein maßgeschneidertes Content-Management-System zu entwickeln. Eigene Erfahrungen mit dem Aufbau von Internet-Portalen kamen den Verantwortlichen dabei zugute.

Die Katalogproduktion wollte man einfacher gestalten und an die modernen Möglichkeiten anpassen. Außerdem sollten Kosten und Zeit eingespart werden. Ein weiteres wichtiges Ziel war es, den Korrekturaufwand zu minimieren. Die eingesparte Zeit sollte das regelmäßige Erscheinen sicherstellen, mit den verringerten Kosten sollten möglichst weitere Themen- oder Sprachkataloge hergestellt werden.

Drei große Einspartöpfe

Bei Siemens FSP ist es die Aufgabe von Produktmanagern und Marketingmitarbeitern, Inhalte für neue Kataloge zusammenzustellen. Alle Waren im Lager oder im Warenwirtschaftssystem müssen darin enthalten sein. Wenn diese Arbeit sofort und strukturiert erledigt wird, ist die Katalogproduktion jederzeit ein Kinderspiel. Vor diesem Hintergrund wurde das neue Produkt-, Dokumenten- und Bildmanagement-System konzipiert.

Aus Sicht von Siemens FSP ergaben sich unter dem Strich drei große Einspartöpfe:

- Die Daten stehen sofort für den Produktkatalog im Internet zur Verfügung.
- Die Preisliste, bisher zweimal pro Jahr gedruckt und verschickt, wird auto-

matisch aus der Datenbank generiert. Die Kunden können sich die Liste personalisiert mit Rabatten und Preisgruppen tagesaktuell selbst ausdrucken.

- Reduzierung der Korrekturphasen bei der Print-Katalogproduktion
- Leitgedanke beim Einsatz des Content-Management-Systems ist es, die Anwendung so einfach wie möglich zu machen. Für Struktur, Inhalt und Pflege sind deshalb die Mitarbeiter aus Produktmanagement und Marketing zuständig. Als Administratoren bearbeiten und verwalten sie das System entsprechend ihren passwortgeschützten Zugriffsrechten: Sie gliedern es nach Unternehmenskriterien, indem sie Produktbereiche, Kapitel und Rubriken anlegen. Bei Bedarf nehmen sie Änderungen vor und aktualisieren die Inhalte.

↓ **AUTOR**



Reinhold Schuster, geschäftsführender Gesellschafter, W.A. Schuster GmbH, Marketing und Kommunikation, Stuttgart, E-Mail: info@contalog.de



↓ DER ANWENDER

Siemens Fire & Security Products

Siemens FSP (www.sbt.siemens.com), Karlsruhe, betreut den Sicherheitsmarkt mit den drei Produktlinien Intrusionstechnik, Video-technik und Zutrittskontrolle.

Die Anforderung

Siemens FSP war auf der Suche nach einer Lösung, um Produkte online präsentieren und Kataloge einfacher und schneller produzieren zu können.

Die Datenpflege wird durch den zentralen, internetgestützten Server stark vereinfacht. Die Produktmanager können die jeweiligen Angaben im Büro, von zu Hause oder vom Hotel aus aktualisieren. Die gleichen Vorteile haben Außendienst- und Hotline-Mitarbeiter. Per Internet sind alle Informationen sofort verfügbar: technische Dokumentationen, Datenblätter, Handbücher oder Software zum Download. Auch Nachfragen, welcher Wandhalter etwa zu welchem Melder passt, gehören der Vergangenheit an. Denn Produkte, die zusammengehören, sind entsprechend miteinander verlinkt. Die übersichtliche Struktur erleichtert zudem die Einarbeitung neuer Mitarbeiter.

E-Mail für die Vorab-Korrektur

Rechtschreibung ist nicht jedermanns Sache. Weil der Katalog dennoch sprachlich fehlerfrei sein soll, wurde ein Redaktionssystem in die Datenbank integriert. Es stellt sicher, dass sich Korrekturen bei der Print-Produktion auf ein Minimum reduzieren lassen. Sobald neue Produkte angelegt werden, erhält eine definierte, für den sprachlichen Auftritt zuständige

Stelle eine E-Mail. Damit verbunden ist der Auftrag, Korrektur zu lesen und die Katalogsprache einheitlich zu gestalten. Durch diesen automatisierten Prozess ist stets eine Vorab-Korrektur gewährleistet. Inzwischen ist der so genannte Contalog (Content-Management-System und Katalog) nicht nur in der Niederlassung Österreich, sondern auch bei Siemens Schweiz im Einsatz – sprachlich ein Wirtschaftsraum mit besonders hohen Anforderungen. Dafür wurde das Content-Management-System um einige Merkmale ergänzt:

- Produktpräsentationen im Internet in verschiedenen Sprachen,
- differenzierte Darstellung im Internet (öffentlicher Katalog oder Zugriff per Passwort),
- bei passwortgeschütztem Zugriff: benutzerdefinierte Anzeige von Ein- oder Verkaufspreisen und kundenspezifischen Rabatten,
- integrierter Web-Shop mit Warenkorb: Aus dem Katalog heraus kann direkt bestellt werden.

Die Mitarbeiter in Produktmanagement und Marketing verfügen damit über ein System, mit dem sie ad hoc neue Produkte bei Kunden präsentieren können. Die Agentur konnte ihrerseits im Frühjahr 2005 bei nur einer Korrekturphase einen Print-Katalog mit einem Umfang von 740 Seiten in Rekordzeit erstellen.

Weitere Einsparungen kamen hinzu. Zum Beispiel konnten die Kosten in der Druckvorstufe der Katalogproduktion etwa halbiert werden. Kostensenkend wirkt sich auch der Wegfall des Versands von Preislisten, Datenblättern und neuen Prospekten aus. Unterlagen für PR-Aktio-

↓ KOMPAKT

Wirtschaftlichkeit

Bei der Katalogproduktion konnten die Kosten in der Druckvorstufe fast halbiert werden. Hinzu kommen Einsparungen durch den Wegfall des Preislistenversands, eine optimierte Informationspflege und eine verbesserte Kundenkommunikation.

Technik

Ein maßgeschneidertes Content-Management-System erlaubt den internetgestützten Zugriff auf Produktinformationen und die einfache Produktion von Katalogen. Ein integriertes Redaktionssystem reduziert Korrekturen bei der Print-Produktion.

Workflow

Für Struktur, Inhalt und Pflege des Content-Management-Systems sind die Mitarbeiter in Produktmanagement und Marketing selbst verantwortlich.

nen sind schnell ausgedruckt. Der Informationsablauf – intern, extern und in der Kommunikation mit den Kunden – wird optimiert. Kunden werden rasch und besser informiert: Kennungen wie „Neu“, „in Kürze“, „Auslauf- oder Aktionsprodukte“ sorgen für mehr Transparenz. Die Module Veranstaltungskalender, Hauszeitung und Forum verbessern die Kommunikation und tragen damit zur Kundenbindung bei.

↓ KONTAKT

W.A. Schuster
www.contalog.de



Weniger Papierkrieg: Der Versand von Preislisten, Datenblättern und neuen Prospekten entfällt.