



und



**Wie bringe ich Informationen über meine
Produkte an den Kunden?**

**Cross-Media Publishing als optimale
Ergänzung zum Content Management**

Wer sind wir?

- Roman Jansen-Winkeln
- Andreas Heckler

... und das Unternehmen ...

... InnoP Innovative Publikationen GmbH

- Software, Beratung und Betreuung für Produktinformation und Publikation
- Umsatz ca. 2,5 Mio. EUR, 25 Mitarbeiter
- Büros in Saarbrücken und Stuttgart
- Technologie Partner Microsoft, SAP, Adobe
- Mehrheitsgesellschafter: Jansen-Winkeln
- Beteiligung von Poet mit 20%
- Kunden aus Industrie und Handel

Kunden aus Industrie und Handel

e a o ■

**OPD
OESCHGER**

OPD Oeschger AG, 8302 Kitzingen

Dätwyler Electronics

GEMÜ®

Distrelec

a Subsidiary of Daetwyler Holding

**raab karcher
baustoffe**



Maagtechnic

AP Angst+Pfister



niklaus

Schuricht Elektronik

ein Unternehmen der Dätwyler Holding

Fähnletechnik

Die Sicherheit, den richtigen Partner zu haben



**HAHN+KOLB
GRUPPE**



INNO P

Frühjahr 2004

Inhalt

- Ideen & Prinzipien
- ZicZac® & die Wirklichkeit
- Referenzen & Potential

Ideen und Prinzipien

Kataloge als Ausgangspunkt

- Wo findet man eigentlich "alle relevanten" Produktinformationen?

 **In den Katalogen !**

- Katalogerstellung - Alternative:

ENTWEDER ad-hoc, manuell, Cut-&-Paste, Desktop-Publishing.

ODER strukturierter Prozeß, automatisch, wiederverwendbar, Cross-Media Publishing.

Form & Inhalt (Logik & Layout)

- **Idee Nr. 1:** Trenne Form und Inhalt und mache beides wiederverwendbar!
- **Analogien:** XML/XSL-Welt im Vergleich zu HTML → allgemeiner Trend!
- **Prinzip –**
Benutze Redaktionssystem PLUS Desktop-Publishing

(Inhalt/Logik)	(Form/Layout)
----------------	---------------
- **Zweck** Redaktionssystem: Logik & Struktur von Katalogen, Marketingdaten (Texte, Bilder), Publikationsverwaltung, Layoutvorgaben.
- **Gewinn:** strukturierter Prozeß, automatisch, wiederverwendbar.

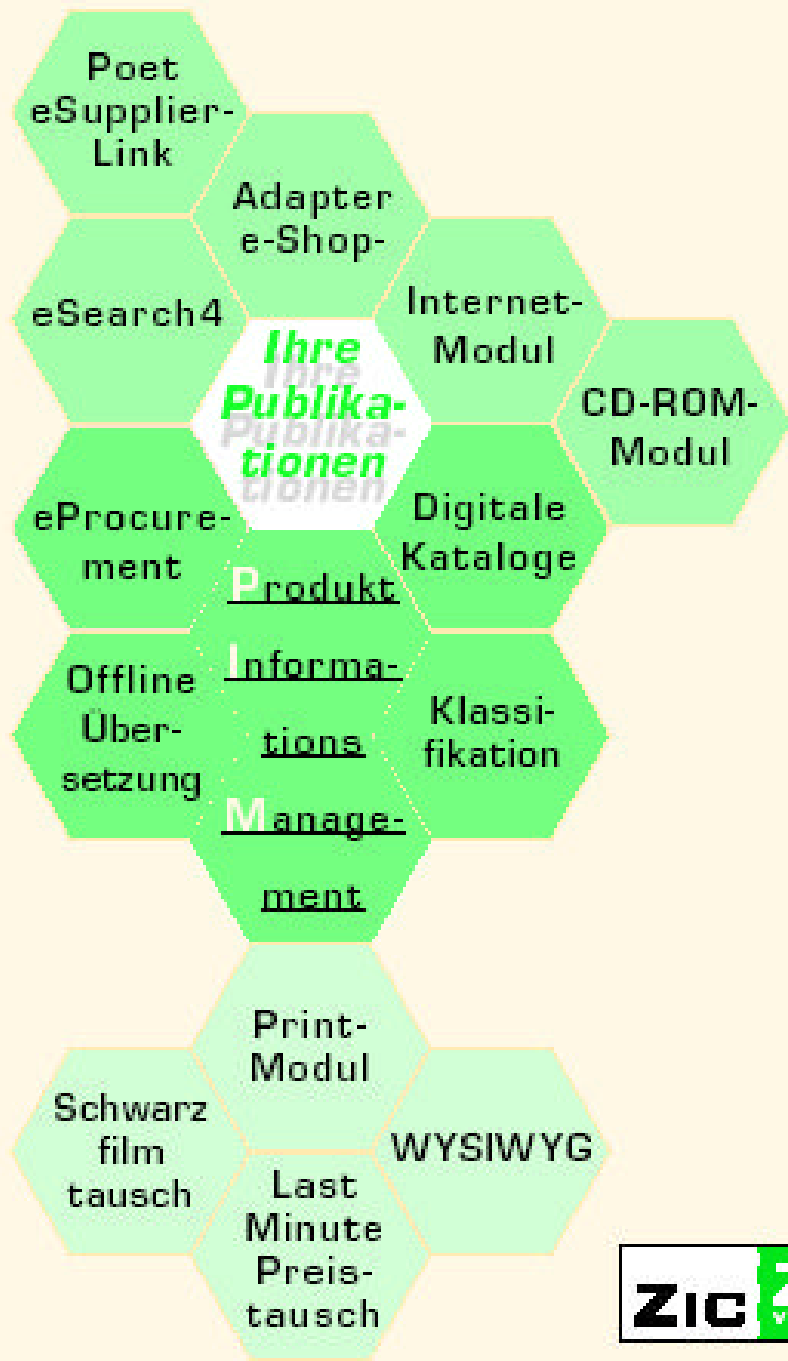
Granularität & Qualität

- **Idee Nr. 2:** Mache die technischen Produktinformationen verwalt- und darstellbar!
- **Prinzip:** Erweiterung des Redaktionssystems zu einem System zum Produktinformationsmanagement (PIM).
- **Zweck PIM:**
Redaktionssystem PLUS Einzelartikel, technische Merkmale, Klassifizierung.
- **Beispiel:** Merkmale (Eingangsspannung, Breite, Nennweite, ...) ein- und ausblenden je nach Branche, Medium, Erscheinungsform (Broschüre oder Hauptkatalog).
- **Gewinn:** Effizienz & Transparenz!



Fazit

- **Cross-Media Publishing** (*) MIT allen Schlagwörtern:
- Single-Source, Redaktionssystem, Produktinformationsmanagement (PIM) ... und Desktop Publishing.
- Strukturierter Prozeß, Automatisierung, Wiederverwendbarkeit, Effizienz, Transparenz.
- (*) gedruckte Kataloge, Broschüren, Preislisten, CD-ROM-Lösungen, Internet.
- ... und noch mehr: Datenaufbereitung für elektronische Wirtschaftsprozesse aller Art (eShop-Lösungen, e-Beschaffung, BMEcat, eClass, ...).

ZicZac® & die Wirklichkeit



Die ZicZac-Welt

- ZicZac im Prozeß des Cross-Media Publishing 
- ZicZac als Redaktionssystem
- ZicZac als PIM-System 
- ZicZac in der ERP-Landschaft

Der Beste Mix

- Selbstentwickelte Software ist nur ein kleiner Teil des Know Hows
- Wichtig ist das Verständnis der Prozessschritte
- Es kommt auf den Mix der Komponenten an
- Unser Know How:
Wir kennen das richtige Mischungsverhältnis

Vom Inhalt zur Form

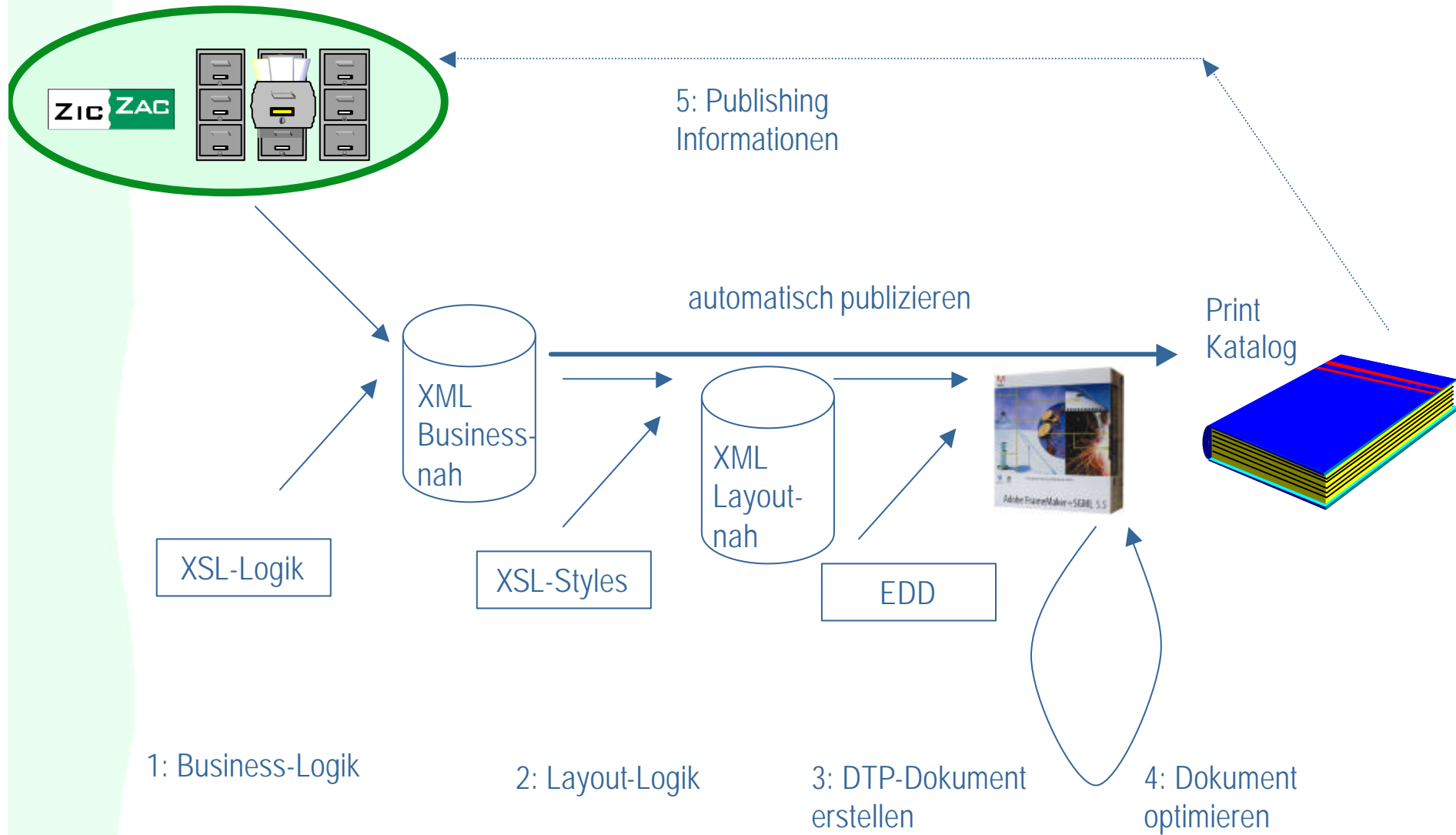
ZicZac
(Inhalt/Logik)

Serverbasierte
XML-Generatoren



FrameMaker / QXP / InDesign
(Form/Layout)

Vom Inhalt zur Form: Der XML-Generator



ZicZac als PIM

- Einzelartikel in der Datenbank
- Publikationsverwaltung
- Klassifikation der Produkte

Publikationsverwaltung

- Publikationen sind Katalogvarianten
- Abweichungen in
Form / Format / Medium / Inhalt / Zweck
- Methode:
 - 1 Leitkatalog mit allen Informationen
 - viele Varianten
- Publikationen sind wie Filter

zeigen

Einzelartikel in der Datenbank

- Kleinste verkaufbare Einheit
Einzelartikel gibt es in der Warenwirtschaft / ERP.
- Marketingdaten oder Stammdaten
Gute theoretische Modelle über Katalogdaten.
- Relationale Einzelartikel sind effizient und sicher zeigen

Klassifizieren der Produkte

- Theorie:
 - Einzelartikel haben Merkmale, z.B. Farbe, Größe, ...
 - Merkmale haben Aspekte, z.B. Name, Wert, Einheit, ...
 - Klassifizieren =
Artikel gruppieren, Aspekte gemeinsam pflegen
- Praxis:
 - Zusammenfassen von Artikeln nach gemeinsamen Merkmalen
 - Klassifizieren = mit standardisierten Merkmalen gruppieren
- Theorie passt optimal zur Praxis

Wege zur Klassifikation

- Nehmen was es gibt
 - Viele Branchen haben ausgearbeitete Klassifikationen
- Selber machen
 - Jedes sinnvolle Anordnen hat etwas Klassifizierendes
- Mischen
 - Standard als Basis nehmen
 - Anpassen und ergänzen

zeigen

Referenzen & Potential

Referenzen & Potential



- Redaktionssystem mit 50.000 Produkten, mehrere Redakteure
- Umfangreiche Printproduktion jetzt parallel in 7 Sprachen mit automatischer Platzoptimierung
 - 97% Automatisierung, 3% Volumenzuwachs
 - Schwarzfilmtausch, Offline-Übersetzung
- Klassifikation und Attributierung mit erweitertem eCI@ss
- Beliefert eProcurement und Marktplätze über POET eSupplierLink
 - ca. 50 Großkunden
 - Daimler Chrysler, Frankfurter Flughafen, Bosch, Mannesmann, GM, BMW, EADS
 - CC-Chemplerer, Coso

Referenzen & Potential



- Redaktionssystem mit mehr als 40.000 Produkten, zur jedem Produkt im Schnitt 15 Merkmale /technische Werte
- Ergänzung des Redaktionssystems durch besondere Erfassungsmasken
- Innerhalb von 14 Monaten: komplette Ablösung eines bestehenden Systems mit Überarbeitung der Daten, Produktion zweier Kataloge, neue CD-ROM und neues eCommerce System (B2B und B2C)
- Anschluss der POET eSupplierLink

Erfolgsstory - Distrelec

Distrelec

- Das Unternehmen

- Versandhandel Elektronik und Elektro
- 20.000 Katalog-Seiten pro Jahr
- 100.000 Artikel im Redaktions-System

disdata

Distop

- Medien

- Internet kontinuierlich, CD-ROM 4-mal jährlich
- Kataloge 2-7 – mal jährlich
- eCommerce seit 1998

SAP

- Erfolge in 4 Jahren

- 1/3 Kostensenkung Papier: **2 Mio CHF**
- 4 – mal höhere Medienpräsenz
- **70%** Neukunden im e-Commerce-Bereich
- TeCO - erfolgreichste B2B Strategie in CH
- 40% des Disdata Umsatzes, 25% des Gesamtumsatzes

Dätwyler

Maagtechnik

Kunden aus Industrie und Handel

e a o ■

**OPD
OESCHGER**

OPD Oeschger AG, 8302 Kitzingen

Dätwyler Electronics

GEMÜ®

Distrelec

a Subsidiary of Daetwyler Holding

**raab karcher
baustoffe**



Maagtechnic

AP Angst+Pfister



niklaus

Schuricht Elektronik

ein Unternehmen der Dätwyler Holding

Fähnletechnik

Die Sicherheit, den richtigen Partner zu haben



**HAHN+KOLB
GRUPPE**

