

WORKFLOW-OPTIMIERUNG FÜR CROSSMEDIA- HANDELSMARKETING

am Beispiel Kaiser's Tengelmann GmbH





ABLÄUFE UND DATEN ZÄHLEN IM ZEITALTER VON MULTICHANNEL

Digitale Medien sind schnell. Jetzt getextet und redaktionell bearbeitet und sofort danach online. Deshalb sind andere Publishing-Abläufe zu entwickeln. Es ist eine nahtlose Verbindung sämtlicher Kommunikationsdaten zu organisieren. Nur so entstehen Effizienz und Konsistenz, auf die wir nicht verzichten können.



Wer seine Marketing-, Kommunikations- und Imageziele erreichen will, muss inhaltlich und prozessbezogen denken. Faktoren wie ein konsistenter Auftritt, schlanke Abläufe und ein schnelles Reagieren sind dabei ebenso entscheidend wie die Botschaft selbst. Kaiser's Tengelmann befasste sich mit diesen Themen, als eine Erweiterung der Kommunikationskanäle anstand. Und dies im Web, auf mobilen Endgeräten und auch mit Digital Signage-Lösungen am Point

of Sale. Dies war Grund genug, die aktuellen Abläufe zu untersuchen. Auf der Suche nach einem kompetenten Partner für die Analyse der Abläufe und Weiterentwicklung der Publishingprozesse fiel die Wahl auf die Vignold Group.

Basis des Briefings an Vignold war die Erkenntnis, dass die Anforderungen in allen Bereichen der Wertschöpfungskette Publishing wachsen würden. Eine Erweiterung der Regionalisierung in der Kommunikation mit dem Kunden und die Notwendigkeit, noch schneller auf Markteinflüsse reagieren zu können, waren die wesentlichen Treiber dieser Entwicklungen. Vignold initialisierte das Projekt mit einem Vorschlag zur Vorgehensweise. Es galt zu verstehen, was funktioniert und was verbesserungswürdig war. In allen Unternehmen treffen die Berater von

Vignold auf funktionierende Prozesse. Prozesse, die über Jahre gute Kommunikation produzieren lassen. Dies ist existenziell im Handel, der Woche für Woche wirbt und darauf setzen muss, dass der Kunde mit Handzetteln, Anzeigen, Plakaten, Instore-Werbemitteln und Informationen im Web aktuelle Angebote erhält.

„Mit der Einführung des Publishingsystems wollten wir den wachsenden Anforderungen einer Multichannel-Kommunikation gerecht werden.“

Sabine Fischer,
Leitung Marketing & Werbung,
Kaiser's Tengelmann GmbH



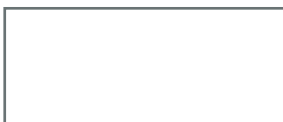
ABLÄUFE SIND TEAMARBEIT

Marketingprozesse betreffen Geschäftsführung, Vertrieb, Einkauf, Marketing, Werbung und Dienstleister. Kollaborative Prozesse funktionieren nur, wenn alle mitmachen.

Systeme funktionieren mit Menschen. Wesentlich ist die Art und Weise, die es dem Projektteam sicherstellt, daß alle Beteiligten eingebunden sind, um die beste Lösung zu erzielen. Customizing bleibt ein Schlagwort, wenn Projektarbeit, Schulung und regelmäßige Follow-Ups ausbleiben. Alle Projekterfahrung zeigt, dass gute Abläufe nur dann entstehen können, wenn die Menschen dies annehmen und die Chancen erkennen. Erster Schritt für das Kaisers-Projektteam und Vignold war es deshalb, in Workshops die Schwächen der aktuellen Prozesse herauszuarbeiten. Als Fazit konnten Kaisers Tengelmann und Vignold feststellen, dass zum Zeitpunkt der Analyse zahl-

reiche Medienbrüche den Arbeitsalltag erschwerten. Und dies nicht nur im Marketing, sondern insbesondere auch im Einkauf. Unterschiedliche verwendete Systeme zur Planung und zum Briefing waren die Verursacher. Einerseits wurde im Einkauf mit Excel geplant, und andererseits produziert Marketing in Adobe InDesign. Genauso hinderlich war die Tatsache, dass nicht alle mit den gleichen Informationen arbeiten konnten. Wesentliche Kommunikationsdaten wie Bildalternativen oder spezielle Gütesiegel und Logos standen zum Teil nur dem Marketing zur Verfügung. Viele Korrekturen waren hierdurch verursacht. Umstände, die in vielen Marketingprozessen anzu-

treffen sind. Dem Projektteam von Kaisers Tengelmann und Vignold ist es gelungen, alle Beteiligten in Geschäftsführung, Vertrieb, Einkauf, Marketing und Werbung für neue Wege zu begeistern. Wichtig hierfür war es zu verstehen, was bereits in der Vergangenheit den Prozess funktionieren ließ und was für Unzulänglichkeiten sorgte. Alle waren bereit, Gewohntes zu überdenken und mit Disziplin und Ehrgeiz den ambitionierten Zeitplan umzusetzen. In nur vier Monaten ist es dem Projektteam und Vignold gelungen, ein umfangreiches Publishingsystem in allen Bereichen des Unternehmens einzuführen.



VIGNOLD- PUBLISHINGSYSTEM

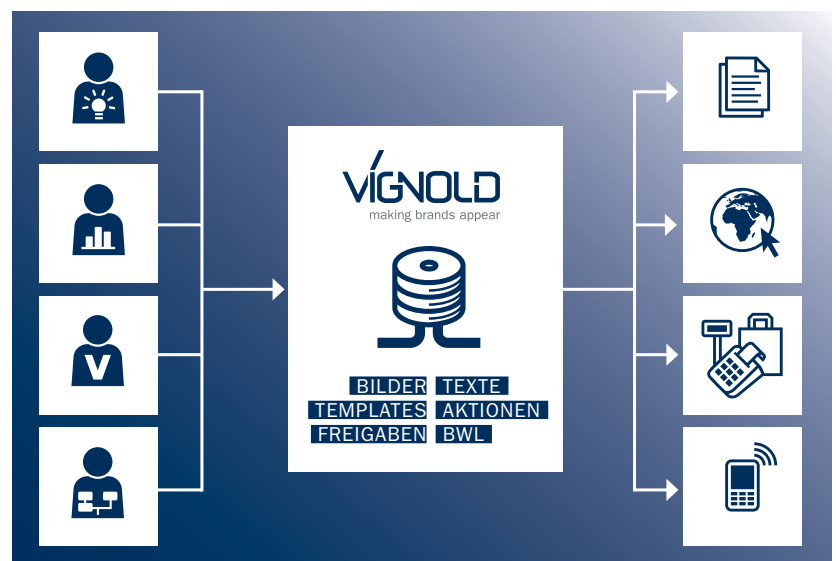
Das Publishingsystem funktioniert wie eine internetbasierte Datenbank. Es ermöglicht allen Beteiligten einen unmittelbaren Zugriff, egal mit welchem System und wo gearbeitet wird. So entsteht ein dynamischer Workflow. Drei Module bilden das Publishingsystem für Kaiser's Tengelmann: Produktdatenbank, Planungstool und Redaktionstool.

In der **Produktdatenbank** werden alle Kommunikationsdaten zentral gepflegt. Abbildungen, deren Versionen, Logos und Gütesiegel, Werbetexte in langer und kurzer Form sowie Schlagworte sind hier verfügbar. Diese Marketingdaten werden um betriebswirtschaftliche Informationen wie z.B. die Preise ergänzt. Alles ist verbunden über die Artikel-Nummer, so ist sichergestellt, dass keine Information verloren geht und stets aktualisiert vorliegt. Produktdaten sind die Voraussetzung für das bebilderte Planen im Einkauf.

Der Marketingrahmenplan liefert die Grundstruktur für das Jahr. Im Marketing werden dann die wöchentlichen Aktionen mit ihren zu produzierenden Werbemitteln im **Planungstool** angelegt. Dies beinhaltet z.B. auch das Seitenraster für die Handzettel und deren regionale Ausprägungen. In diesem Grid werden auch Platzhalter durch das Marketing für Imagebilder oder besondere Themen definiert.

Außerdem ist es möglich, jeder Seite die konkreten Category Management-Bereiche zuzuordnen. Dies ist Bestandteil eines detaillierten Rollen- und Rechtekonzeptes. Der Einkauf ist nun in der Lage, die Artikel per „drag & drop“ in das Grid der Werbemittel zu ziehen und konkrete Gestaltungstemplates bzw. Produktboxen hierfür auszuwählen. Hierdurch entsteht mit höchst möglicher Koordination und Transparenz sukzessive eine Werbemittelplanung. Eine Planung, die in der Regel alle Informationen bereits beinhaltet.

Und dies in InDesign, d.h. in einem Grafikformat, das vom Mediendienstleister Vignold eingesetzt wird und als Branchenstandard bezeichnet werden kann.



Technologisch basiert das Planungstool u.a. auf einem InDesign-Server-System, das die Übersetzung der per Web durchgeführten Planungsschritte in ein InDesign-Dokument sicherstellt.

Nach Abschluss der Planung beginnt das Medien-Finishing. Hierzu zählt u.a. das bei Vignold alle neuen Bilder nach einem medienneutralen Standard bearbeitet werden. Auch die Texte werden noch einmal genau bearbeitet und an das Layout angepasst. Hierfür wurden z.B. Bild- und Texttrichtlinien erarbeitet. Bildausschnitte werden durch die Grafik definiert. Es entsteht somit ein fertiges Layout für die Abstimmungsprozesse.

Nun kommt das **Redaktionstool** ins Spiel. In diesem System ist erkennbar, welcher Artikel in welchen regionalen

Ausgaben und in welchen Werbemitteln eingesetzt wurde. Alle Verknüpfungen sind vorhanden, sodass die Korrektur nur einmal stattfinden muss. Und dies per Web, direkt und unmittelbar. Das nennt man WYSIWYG. D.h. per Web kann der Anwender sofort erkennen, wie z.B. die Preisänderung mit der richtigen Textauszeichnung (Schriftgröße, Typo etc.) erscheint. Textumbrüche sind sichtbar. Wenn zuviel Text eingegeben wurde, warnt das System. Das ist Komfort, der den Spaß an der Arbeit steigert.

DIE VORTEILE DES WORKFLOWS SPRECHEN FÜR SICH

Die Einführung des neuen Workflows mit dem Vignold-Publishing-System hat sich bewährt. Es ist heute für Kaiser's Tengelmann nicht mehr vorstellbar, ohne System zu arbeiten.

Online-Korrekturen

Online+Handzettel+POS

Kollaborative Abstimmungsprozesse

Publikationsübersichten

Web-Schnittstelle

POS Marketing

Crossmedia Production

Integrierte Publishingsysteme

Postproduction

Media-Asset-Management

Digital Signage-Anbindung

Bebildertes Planen

Through the line

Transparenz

Medienneutrales Datenmanagement

Katalogproduktion

ERFOLG DURCH TEAMWORK



Seit über 130 Jahren ist **Kaiser's Tengelmann** eine feste Größe im Lebensmittel Einzelhandel. Die Kaiser's Tengelmann GmbH treibt ständig und aktiv die Positionierung als Qualitäts- und Frische-Supermarkt voran. So wurden bis heute bereits über 200 Filialen auf das erfolgreiche und innovative Filialkonzept „schwarz-rot-gold“ umgestellt. Ein völlig

neues und zukunftsweisendes Konzept mit den Schwerpunkten Genuss und Design wird seit 2009 realisiert. Die Kaiser's Tengelmann GmbH ist eine hundertprozentige Tochtergesellschaft der Tengelmann Unternehmensgruppe mit Sitz in Mülheim an der Ruhr. Mit über 17.000 Mitarbeitern erwirtschaftet sie einen Jahresumsatz von 2,5 Mrd. €.

Vignold ist ein auf das operative Kampagnenmanagement für Handelsunternehmen fokussierter Dienstleister. Wenige Unternehmen haben wie Vignold über sieben Jahrzehnte bewiesen, was Qualitätsversprechen, Zuverlässigkeit und Innovationskraft bei der Umsetzung von Promotions bis hin zu internationalen Kampagnen bedeuten. Das umfassende Leistungsspektrum besteht aus Artwork,

Postproduction, 3-D-Animation, Fotografie, Reinzeichnung, Datenhandling, Marketing-Software bis hin zu Werbetechnik, Druck und Montage am POS. Zu den Referenzen zählen u.a. C & A, Görtz, Kaiser's Tengelmann, Levi's, Lexus, Peek & Cloppenburg, Tom Tailor und REWE Group.

Mit einem interdisziplinären Team von rund 150 Spezialisten in Deutschland

betreibt Vignold Kunden aus den Bereichen Automobil, Fashion, Lifestyle, Wohnen, Baumarkt und Lebensmittel sowie Werbeagenturen, Fotografen und Messebauer. Über das Netzwerk PREVACO International AG bietet Vignold einen professionellen Zugang zu Produktions-Units weltweit und ein internationales Projektmanagement.



Online+Handzettel+POS

Prozessoptimierung

Through the line

Brand Implementation

Media Asset Management

Handelsmarketing

aktivretusche

Visual Marketing + Design

Automatisierte Katalogproduktion

Marketing-Effizienz

Operatives Kampagnenmanagement