

dasmagazin

AUSGABE 01/2021

Laudert.
Home of Media

04
CGI FÜR
GROHE

Sanitärwelten
erwachen in 3D
zum Leben

16 **FILA**
„White Rock“

Social-Media-Content für FILAs
outdoor-inspirierte Fashion-Kollektion

26 **SCHMUCKE**
KOMMUNIKATION

Content-Produktion für „das
Dorotheum unter den Juweliere“

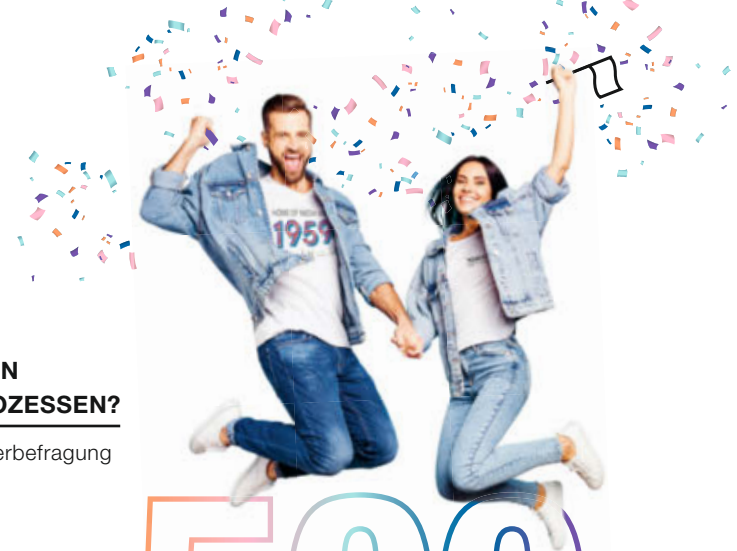
30 **Lies mal,**
wer da textet

Künstliche Intelligenz für
die Texterstellung



48–53 DIE KRISE ALS BESCHLEUNIGER VON VERÄNDERUNGSPROZESSEN?

Einblicke in eine Mitarbeiterbefragung
während der Corona-Zeit



500

44–47 Über 500 erfolgreiche Laudert-Ausbildungen

Strategische Nachwuchsförderung trägt Früchte

DOROTHEUM juwelier

26–29 SCHMUCKE KOMMUNIKATION

Content-Produktion
für „das Dorotheum
unter den Juwelieren“



4–9 Beeindruckende Sanitärwelten in 3D

Aus Konstruktionsdaten
werden CGI-Visualisie-
rungen für GROHE

Pure Freude
an Wasser



Weitere Inhalte

- 10–15 Hybrid-Fotografie
- 16–19 Social-Media-Content für FILAs
outdoor-inspirierte Fashion-Kollektion
- 20–23 Laudert erneuert Unternehmensstruktur
- 24–25 Taxi vs. Fahrschule – Interview Hendrik Bielefeld
- 30–33 Automatisierte Texterstellung durch KI
- 34–39 Aus Digitaldruck wird Print-Services
- 40–43 Aus dem Tagebuch des Studioleiters Bad
Waldsee
- 54–55 Ihr Weg zum eigenen PIM-System
- 56–57 News + Facts
- 58 Rezeptidee

Für Verbesserung bedarf es Veränderung

Offen sein für Change-Management



Jörg Rewer
Geschäftsführender
Gesellschafter

Liebe Leserinnen und Leser!

Seit über einem Jahr begleitet uns Corona. Als Unternehmen haben wir gelernt, die Veränderung der äußeren Einflüsse auch als Antriebsfeder für internen Wandel zu verstehen. Gemeinsam mit unserem noch jungen Change-Management-Team haben wir so neue Strukturen geschaffen, die uns noch handlungsschneller werden lassen. Wir sind angetan davon, wie unsere Mitarbeiter diesen Prozess mittragen – bestätigt auch durch die Studie unseres Projektmanagers Jannis Robers. Zwei Beiträge in diesem Magazin beleuchten diese Themen genauer.

Welche Möglichkeiten CGI für die Produkt- und Markenkommunikation bietet, zeigt sich im wahrsten Sinne des Wortes bildlich am Beispiel GROHE. Einen Einblick in die enge Zusammenarbeit für die detaillierte Visualisierung hochwertiger Sanitärprodukte geben sowohl das Cover als auch die kommenden Seiten des vorliegenden Magazins.

Ist eine künstliche Intelligenz in der Lage, ansprechende Produkttexte zu schreiben? Oder ist sie dafür zu unemotional?

Auch dieser spannenden Frage möchten wir uns mit einem Beitrag widmen. Ob Sie einen von einer KI erstellten Text von einem händisch geschriebenen unterscheiden können, finden Sie auf Seite 30 heraus.

Natürlich haben wir viele weitere spannende Themen in unserer aktuellen Ausgabe des Magazins für Sie aufbereitet. Erfahren Sie von unserer Partnerschaft mit Dorotheum Juwelier, der Neuausrichtung unserer Print-Services oder tauchen Sie ein in die rauen Landschaften unseres FILA-Shootings. Stolz sind wir auch darauf, mittlerweile über 500 jungen Menschen in unserem Unternehmen eine Berufsausbildung und Perspektive ermöglicht zu haben. Viel Freude beim Lesen wünschen wir! ■

Herzlichst

Ihr Jörg Rewer



CGI

Beeindruckende Sanitärwelten in 3D

Aus Konstruktionsdaten werden
CGI-Visualisierungen für GROHE

*Pure Freude
an Wasser*



GROHE ist für seine Badlösungen, Küchenarmaturen und Sanitärprodukte weltbekannt. Die globale Marke der Lixil Group wird geprägt von einzigartigen Produkten in modernstem Design. Auch im Marketing setzt GROHE daher auf innovative Lösungen – u. a. auf hochwertige 3D-Visualisierungen aus dem „Home of Media“.

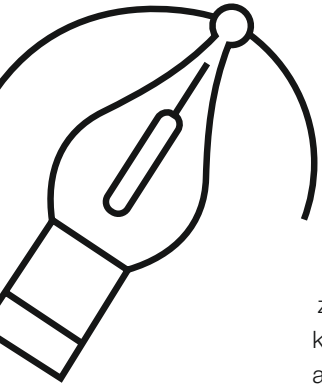
Mit 3D-Visualisierungen, das zur Begriffsklärung vorneweg, ist der Einsatz von CGI – also Computer Generated Imagery – gemeint. In speziellen Software-Anwendungen werden virtuelle 3D-Modelle von Produkten und Umgebungen kreiert, aus denen dann fotorealistisches Bildmaterial erstellt werden kann.

Die ideale Basis für einen solchen Ansatz bietet bei GROHE die eigene Produktion. In Produktentwicklung und Konstruktion werden die neuesten Sanitärösungen mithilfe einer Konstruktionssoftware in ein 3D-Modell umgesetzt. Die Daten zu diesem Modell, sogenannte Konstruktionsdaten (häufig auch CAD-Daten genannt), sind der Grundstein für die Marketing-Visualisierungen, die Laudert für GROHE umsetzt.

Text und Fotos: Laudert



FREISTELLER: DATEN OPTIMIEREN UND MATERIALIEN ZUWEISEN

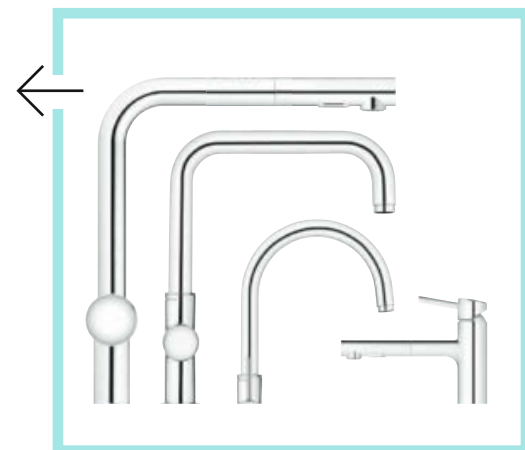
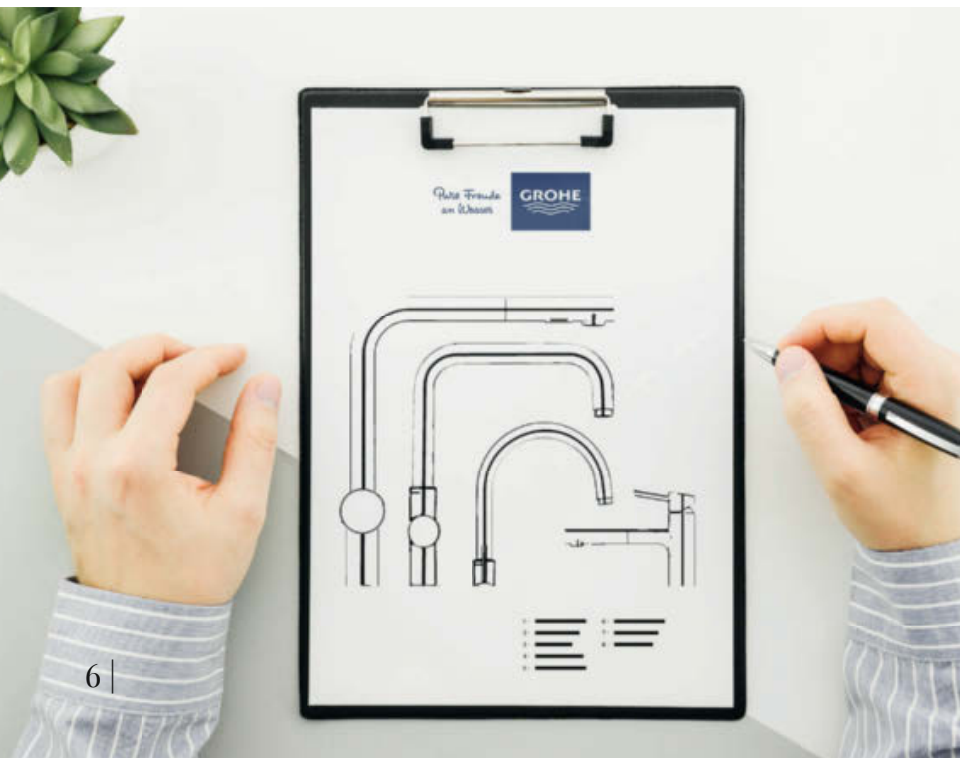


Die CAD-Daten bei GROHE sind sehr sauber und qualitativ hochwertig. Korrekturen sind bei Laudert fast keine auszuführen, lediglich Radien und Phasen (z. B. Abrundungen an den Kanten) sind an den Modellen hinzuzufügen. In der Produktentwicklung spielen diese keine Rolle, für fotorealistische Renderings sind sie aber essenziell: Erst durch diese Reflexionskanten wirken Objekte in 3D später im Rendering auch wirklichkeitsgetreu.

Aus dem dreidimensionalen CAD-Modell entsteht in einer weiteren 3D-Software (in diesem Fall 3ds Max) Schritt für Schritt eine fotorealistische Visualisierung. Dafür werden Materialien erstellt und dem Modell zu-

gewiesen, die nicht nur den optischen, sondern auch den physikalischen Eigenschaften des realen Produkts entsprechen. Farbliche und haptische Charakteristika spielen dabei ebenso eine Rolle wie Lichtreflexionen und Schattenwurf. Zudem werden Bedruckungen wie etwa Logos oder Icons auf das Modell aufgebracht und eingepasst.

IM NÄCHSTEN SCHRITT ist das Rendering selbst an der Reihe: Unter Einhaltung physikalischer Berechnungsmethoden entsteht aus dem 3D-Modell ein zweidimensionales, freigestelltes Abbild in der von GROHE gewünschten Perspektive – ein rechenintensiver Vorgang, der auch auf High-End-Maschinen, wie Laudert sie nutzt, bis zu 15 Minuten dauern kann.



IM MILIEU PERFECT INSZENIERT

An Komplexität gewinnt die Arbeit für GROHE bei der perfekten Produktinszenierung im Milieu. Hierfür werden die von Laudert bereinigten Konstruktionsdaten der GROHE-Produktlinien in separat erstellte Szenen – ebenfalls in 3D – eingefügt und durch Shader (**Materialien, Reflexionseffekte, Oberflächen und mehr**) zum Leben erweckt. Zum Einsatz kommt dabei die 3D-Software Maya.



Die Milieus selbst werden entweder von externen Dienstleistern geliefert oder, wie im Beispiel der Bilder zu diesem Beitrag zu sehen, von den CGI-Spezialisten von Laudert erstellt. Die Herausforderung im vorliegenden Fall: Aus einer einfachen, typischen Studenten- oder Single-Küche soll trotz schnörkelloser Ausstattung ein edles und präsentables Setting für die hochwertigen GROHE-Armaturen entstehen.

Eine weitere Herausforderung ist es zudem, die Produkte in die jeweilige Szene optimal zu integrieren. Angefangen bei der exakten Positionierung über Nachbesserungen bei Schlauchlängen bis hin zur perfekten Stellung von Bediengriffen und Elementen spielen hier viele Details eine wichtige Rolle, die innerhalb der Style-Richtlinien von GROHE umgesetzt werden müssen. Nur dann entsteht das ideale Bild für GROHE.



Im Vergleich zum einzelnen Freisteller treiben Renderings komplexer Milieus die Anforderungen an die Rechenleistung um ein Vielfaches in die Höhe. Eine einzelne High-End-Workstation wäre einige Stunden mit einem Rendering beschäftigt. Für komplexe Berechnungen dieser Art verfügt Laudert daher über eine Renderfarm, in der mehrere Server gleichzeitig an einem Bild arbeiten. Etwa 20 bis 30 Minuten nimmt eine Bilderstellung damit in Anspruch.

Dank **RENDERFARM**
nur 20–30 Minuten für ein Bild



JEDERZEIT VERÄNDERBAR: PLUSPUNKT CGI

Gerade bei der Integration der Produkte in virtuelle Milieus sticht einer der größten Vorteile der CGI-Visualisierung für GROHE besonders hervor. Christian Dannhäuser, Leader, Content Production, Lixil EMENA, führt aus: **„Die Szenen sind individuell anpassbar, adaptierbar und veränderbar. In kurzer Zeit können wir Details, Lichtstimmung und Materialien oder gar ganze Produkte und Einheiten verändern und ersetzen.“**

Für GROHE setzt Laudert in der Bildproduktion auf einen Workflow in LaudertContentFlow®, der sämtliche Arbeitsschritte übersichtlich begleitet. Ist mal ein Bildkorrekturprozess nötig, wird auch dieser direkt dadurch angestoßen und durch die Laudert-Mediendienstleistungen durchgeführt.

”

„Die Szenen sind individuell anpassbar, adaptierbar und veränderbar. In kurzer Zeit können wir Details, Lichtstimmung und Materialien oder gar ganze Produkte und Einheiten verändern und ersetzen.“

CHRISTIAN DANNHÄUSER,

Leader, Content Production, Lixil EMENA



ENGE ZUSAMMENARBEIT ALS ERFOLGSFAKTOR

Direkte Datenübermittlung, kundennahes Projektmanagement und enger Kontakt sind neben den technischen und fachlichen Kompetenzen auf beiden Seiten wichtige Faktoren für den Erfolg der Zusammenarbeit zwischen GROHE und Laudert. André Compans, Rendering & Animation Manager bei GROHE, der die Abstimmung der Teams beider Unternehmen koordiniert, betont: „Natürlich spielt die fachliche Expertise der Laudert-Studios eine entscheidende Rolle für uns. Ebenso wichtig sind uns aber auch die gelebte gegenseitige Wertschätzung und die kurzen Kommunikationswege.“ Aus der Sanitärvisualisierung in 3D ist eine Kooperation entstanden, von der beide Seiten profitieren. ■



Omm! Location im Studio dank CGI

IN DEN LAUDERT-STUDIOS
TRIFFT MODEL-REALITÄT AUF
VIRTUELLE WELT

„Einen Schritt noch nach links“, weist der Fotograf an. Vor der Kamera begibt sich das Model in Pose. Art Director und CGI-Artist überprüfen die Szene noch einmal in der Live-View. Dann glüht der Auslöser. Ein lockerer Sommermode-Shoot auf dem Marktplatz, Bilder der neuen Business-Kollektion in rustikalem Ambiente, die Präsentation der neuen Arbeitskleidung in industriellem Flair oder die Sportswear vorgeführt im Yoga-Studio nebenan: **Dank hybridem Workflow aus Digitalfotografie und CGI** verschmelzen in den Laudert-Studios Realität und virtuelle Welt.

Text und Fotos: Laudert

das Hy·brid

Das Substantiv Hybrid (Neutrum: „das Hybrid“) und das Adjektiv hybrid beziehen sich auf etwas **Gebündeltes, Gekreuztes oder Vermischtes**. Diese griechisch-stämmigen Begriffe (abgeleitet von hýbris: Übermut oder Anmaßung) haben über das Lateinische ihren Weg u. a. in die englische und deutsche Sprache gefunden.
Quelle: Wikipedia

VERZICHT AUF GREEN- UND BLUESCREEN

Sowohl Green- als auch Bluescreen-Technologie sind aus der Filmbranche für ein solches Vorgehen bekannt. Die farbbasierte Bildfreistellung funktioniert perfekt, hat aber einen entscheidenden Nachteil: Das Schimmern der grünen bzw. blauen Umgebung färbt im Studio-Licht auf das Model ab. Die farbigen Reflexionen und Farbstiche sind nur unter großem Aufwand in der Post-Production in den Griff zu bekommen. Für einen schlanken, effizienten Laudert-Prozess musste also eine andere Lösung her.



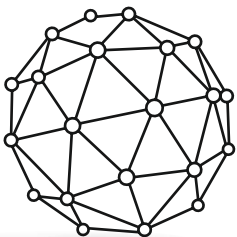
Foto überlagert von „Grid-Modell“

STUDIOS



Das eigens entwickelte Inhouse-System von Laudert kommt ohne die beschriebene Green- oder Bluescreen-Technologie aus. Das Problem des Farbstichs, der in der Fachsprache auch „Green Spill“ genannt wird, tritt in diesem System erst gar nicht auf. **Stattdessen ermöglicht das Keying-System, jegliche Studio-Hintergründe** auszublen- den und das Model in einer Echtzeit-Ansicht in einem virtuellen Milieu zu platzieren.

**Ein Raum,
unterschiedliche
Perspektiven**



Kamera und Studio-Aufbau können so ohne Einschränkungen wie gewohnt zum Einsatz kommen. Dadurch entstehen auch in der Hybrid-Produktion Bilder in gewohnter Laudert-Qualität.

MIT EINER GAME-ENGINE ZUM PERFEKTEN BILD

Für die Echtzeit-Ansicht greift das Laudert-Team auf einige technische Feinheiten zurück, die erprobte Technologien mit eigenen Ideen und Verbesserungen verbindet. Ein intelligentes Tracking-System koppelt die Bewegung der realen Kamera durch den Fotografen im Studio mit der virtuellen Kamera im 3D-Milieu anhand von Koordinaten.

Für die Echtzeit-Darstellung der Kameraperspektive in der virtuellen Umgebung kommt die aus zahlreichen PC- und Playstation-Spielen bekannte Game-Engine „Unreal Engine“ zum Einsatz. In dieser wird die virtuelle 3D-Umgebung mit dem Studio in Echtzeit zusammengeführt und wiedergegeben.

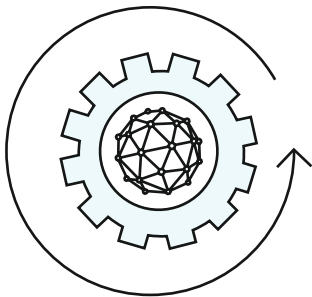
Fotografen, Models und auch Kunden können direkt am Set verfolgen, wie das Model oder ein Produkt „On Location“ aussehen.



STUDIOS

Das skizzierte Vorgehen bietet eine immense Flexibilität für die beteiligten Personen. Nicht nur lassen sich Model-Posen oder Lichteinstellungen kurzfristig ändern, auch die Location selbst ist mit wenigen Mausklicks anpassbar. Doch lieber ein Eichenholz-Boden statt Fliesen? Das Bett weiter links im Raum? Wird gemacht!

Perfektioniert wird der Aufbau durch zahlreiche Individualprogrammierungen von Laudert. Dazu gehören auch die Übertragung der exakten Positionskordinaten der realen Kamera auf die virtuelle Kamera oder der Abgleich der Raum-Koordinaten von Studio und virtuellem Milieu und dem zu Beginn genannten, im System integrierten Keyer. Zu guter Letzt werden zu jedem geschossenen Bild automatisiert sowohl sämtliche intrinsische wie auch extrinsische Daten gespeichert. So können das fotorealistische Rendering und das Foto im Nachhinein exakt zugeordnet und im Post-Production-Prozess zu einem Bild in High-End-Qualität zusammengefügt werden.



EFFIZIENTE CGI-
PRODUKTIONEN DURCH
INTELLIGENTES NETZ
AUS WORKFLOW UND
SYSTEMEN



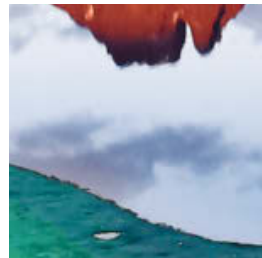
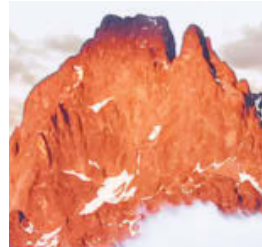
MODELFOTOGRAFIE **DANK HYBRID AUS DEM STUDIO IN DIE WELT**



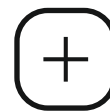
Die Königsdisziplin der Hybridfotografie erlaubt es, im Fotostudio On-Location-Shootings in jeglichem erdenklichen Surrounding durchzuführen. Für die Produkt- und Markenpräsentation eröffnet sie völlig neue, beinahe grenzenlose Dimensionen, die die physikalischen Grenzen der realen On-Location-Fotografie aufhebt und in ungeahnte Sphären erweitert. ■

White Rock

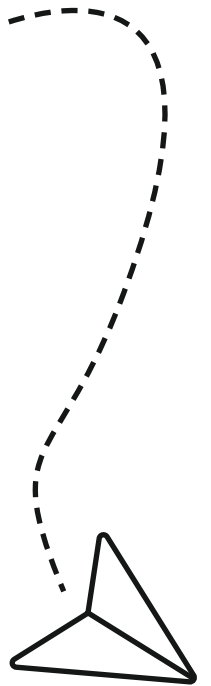
Social-Media-Content für FILAs
outdoor-inspirierte Fashion-Kollektion



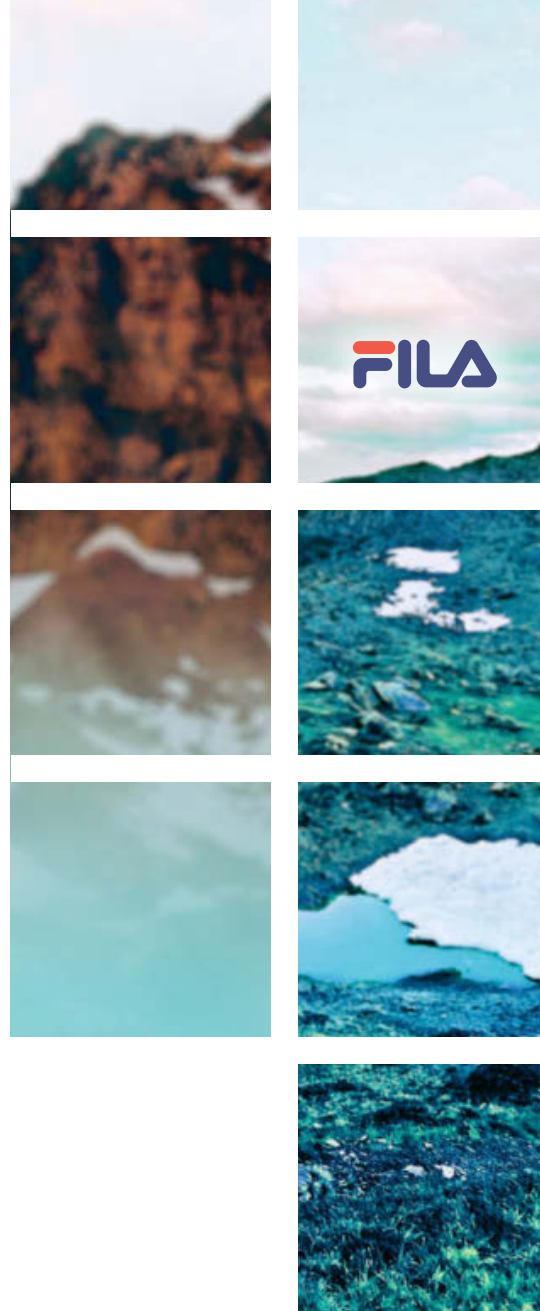
Instagram



STUDIOS



STUDIOS

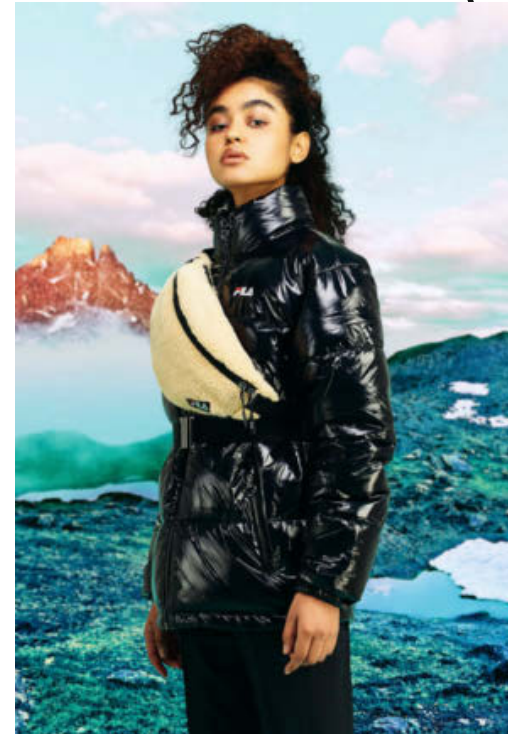


Text und Fotos: Laudert

FILA steht für lässige Styles, trendige Designs, urbane Looks und exzellente Sportswear. Mit der White Rock-Collection kreierte die italienische Kultmarke im vergangenen Jahr erneut eine erfolgreiche Fashion-Kollektion und brachte sie – inspiriert von Outdoor-Bekleidung und Workwear – mit einer bildgewaltigen Social-Media-Kampagne auf den Markt.

#FILA

since 1911



Umgesetzt wurden die Kampagne und das zugehörige Model-Casting im Laudert-Studio Hamburg. Die Still- wie auch die Modelldokumentation fanden dabei eher ungewöhnlich vor türkischem Papier statt. Ein wirksamer Kniff, mit dem die Bilder bereits die perfekte Farbtemperatur für den nächsten Schritt erhielten: Comosings mit Landschaftsaufnahmen rauer, wilder Bergnatur. Diese entstanden im Post-Production-Prozess der Hamburger Medien-Produktion.

Das Ergebnis ist stimmungsvoller, mythisch anmutender Content, der die „White Rock“-Collection in einzigartigen Settings präsentiert. So überzeugend, dass FILA sich dazu entschied, das Bildmaterial ebenso für großformatige Point-of-Sale-Medien in Print zu nutzen. ■



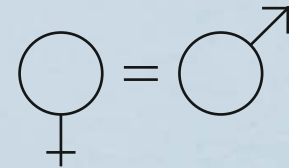
Instagram

filaeurope
laudertstudios



Wachstum: Laudert erneuert Unternehmensstruktur

Seit Jahresbeginn 16 Abteilungsleitende –
Frauenquote bei 50 %



Mit 16 neuen Abteilungsleitenden ist Laudert ins neue Jahr gestartet. Das ist das Resultat einer unternehmensweiten Um- und Neustrukturierung infolge des starken Wachstums der vergangenen Jahre. Seit 2009 ist die Zahl der Laudert-Beschäftigten von 160 auf über 500 gestiegen.

„Mit der neuen Struktur werden wir handlungsschneller. Kompetenzen werden gestärkt, Entscheidungsfin-

dungen vereinfacht und Kommunikationswege verkürzt“, führt Jörg Rewer, geschäftsführender Gesellschafter bei Laudert, aus. Dabei bleibt das Unternehmen den eigenen Werten rund um ein positives Arbeitsklima mit gesunder Work-Life-Balance und familienfreundlichen Arbeitsmöglichkeiten treu: 50 % der neuen Abteilungsleiter-Positionen werden von Frauen besetzt, zudem arbeiten einige der neuen Führungskräfte in Teilzeit.

LAUDERT INSIGHTS

Durch die neu geschaffene Hierarchie-Ebene der Abteilungsleitung, die über der Teamleitung und unterhalb der Geschäftsleitungsebene fungiert, soll auch das Prinzip der direkten Kommunikation auf Augenhöhe forciert werden. **„Es geht darum, Verantwortung gemeinsam zu tragen und auf viele Schultern zu verteilen“**, bekräftigt Sven Henckel, ebenfalls Geschäftsführer des Unternehmens. „Wir sind in wenigen Jahren enorm gewachsen. Mit der Umstrukturierung, die auf klaren Anforderungsprofilen basiert, erhöht sich die Anzahl direkter Ansprechpartner mit Entscheidungskompetenz für alle Partner, Kunden und Beschäftigten. Zudem wird die neue Struktur die strategische Weiterentwicklung der Geschäftsbereiche optimieren.“

Erarbeitet wurden die Veränderungen in einem mehrmonatigen Prozess von einem Arbeitskreis, bestehend aus Führungskräften und externen Beratern, in enger Abstimmung mit der Geschäftsführung und dem Betriebsrat. „Mit dieser Konstellation konnten wir sicherstellen, vielseitige Perspektiven zu gewinnen und alle wichtigen Aspekte in eine Neugestaltung einzubeziehen“, so Geschäftsführer Holger Berthues. Neben den 16 Abteilungsleitenden wurden auch 22 Teamleitungspositionen besetzt. Zu Jahresbeginn ist die neue Struktur erfolgreich in Kraft getreten.

”

Mit der neuen Struktur werden wir handlungsschneller. Kompetenzen werden gestärkt, Entscheidungsfindungen vereinfacht und Kommunikationswege verkürzt.

JÖRG REWER

Geschäftsführender Gesellschafter



WAS SAGT DAS CHANGE-MANAGEMENT-TEAM ZUR NEUEN STRUKTUR?

„Mit der neuen Ausrichtung tragen wir dem starken Wachstum des Unternehmens Rechnung. Das ist ein sehr lebhafter und aktiver Prozess. Wir wollen Transparenz stärken, Verantwortung gerecht schultern und Eigeninitiative fördern. Dafür haben wir einerseits sehr **klare Abläufe und Strukturen** definiert, die eine Schärfung der Rollen für jeden Mitarbeiter ermöglichen. Andererseits ist eine neue Hierarchie-Ebene entstanden, die zusätzliche Ansprechpartner für die direkte Kommunikation geschaffen hat. Entscheidungsprozesse werden kürzer, und jeder Einzelne kann wieder mehr und schneller Gehör finden.“

DAS IST DAS CHANGE-MANAGEMENT-TEAM



MARION MAURITZ

Abteilungsleiterin
Studio Hamburg



FRANK JANSEN-BECKMANN

Abteilungsleiter Medien-
Dienstleistungen National



JÜRGEN JUNG

Abteilungsleiter
IT-Entwicklung



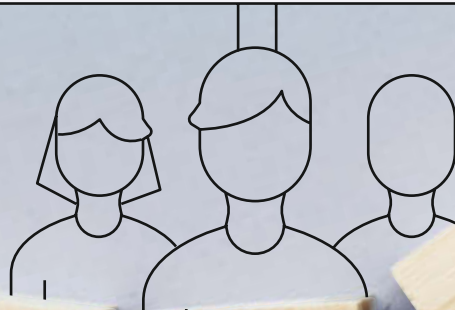
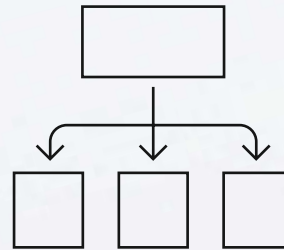
JAN KORSTE

Abteilungsleiter
Projektmanagement

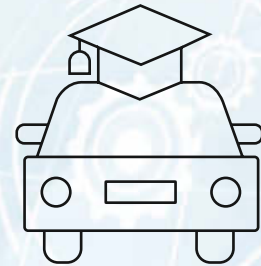
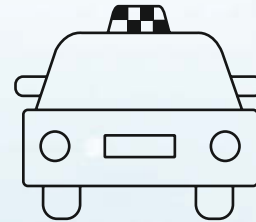
Der Blick von außen durch die **Transformationsberatung HRpepper** tut uns in dieser Arbeit sehr gut. Change-Management ist nicht unsere Kernkompetenz – weshalb wir von HRpepper begleitet werden, um uns der Aufgabe adäquat zu stellen.

Besonders wichtig ist es uns, Verständnis und Akzeptanz für die Veränderung im Unternehmen herzustellen. Dafür stehen wir in neuen und regelmäßigen Austauschformaten zur Kommunikation bereit, um die Verän-

derungsprozesse gemeinsam mit den Kollegen zu etablieren. Auch in der weiteren Entwicklung unserer HR-Abteilung wird das eine signifikante Rolle spielen.“ ■



Taxi vs. Fahrschule



Nutzerbefähigung in der Projektgestaltung von PIM-Systemen:
ein kurzes Gespräch mit IT-Consultant Hendrik Bielefeld

Hendrik, in den letzten Monaten wurde viel über das Thema Nutzerbefähigung in der Projektgestaltung von PIM-Systemen diskutiert. Auch Begriffe wie „Customer Empowerment“ und „Customer Enablement“ fallen dabei. Worum geht es genau?

Es geht um die grundlegende Frage, die sich jedes Unternehmen bei der Einführung eines Systems stellen muss: Inwieweit möchte und kann ich meine eigenen Mitarbeiter dazu befähigen, ein neues System selbstständig anzuwenden und zu konfigurieren. Bei Laudert benutzen wir für die sich gegenüberliegenden Positionen die Begriffe „Taxi-Modell“ und „Fahrschul-Modell“.

Was bedeuten diese Begriffe, was kann sich ein Unternehmen darunter vorstellen?

Vereinfacht gesagt beschreibt das Fahrschul-Modell ein Projektvorgehen, bei dem das systemeinführende Unternehmen die Steuerung des Projekts übernimmt. Der Implementierungspartner (also z. B. Laudert) steht in Form von Beratung und Schulungen zur Seite und unterstützt bei der Wissensvermittlung und Aneignung für die Anwendung, Konfiguration und das weitere Vorantreiben des Systems. Ziel ist es, das Unternehmen in die Lage zu versetzen, das System möglichst eigenständig zu betreiben.

Beim Taxi-Modell hingegen gibt der Kunde zwar die Fahrtrichtung in Form von Anforderungen vor, wird aber durch den Implementierungspartner mit möglichst geringem Eigenaufwand ans Ziel gebracht. Gleichzeitig bedeutet dies aber auch, dass der Partner für weitere Etappen wieder miteingebunden werden muss. Insbesondere bei sehr komplexen Projekten und Systemen, die großes Fachwissen oder spezielle Software-Expertise voraussetzen, macht dies Sinn.

Welche Faktoren spielen bei der Auswahl des richtigen Vorgehens eine Rolle?

Erstmal möchte ich betonen, dass wir hier nicht von einer Entweder-oder-Wahl sprechen. Zwischenpositionen sind erlaubt. Die Frage ist, ob ein Unternehmen die nötigen Personalkapazitäten für ein komplexes System wie PIM abstellen kann, und auch, welche zukünftigen Systementwicklungen angestrebt werden. Im Fahrschul-Modell liegt das Projektmanagement hauptsächlich beim Kunden. Dafür bedarf es einer Person, die entsprechende zeitliche Kapazitäten und fachliche Fertigkeiten mitbringt. Und für die spätere Administration ist eine Ansprechperson mit technischem Verständnis nötig.

Welchen Einfluss hat die Wahl des Projektvorgehens auf das Projekt?

Im Fahrschul-Modell hat das Unternehmen das Steuer selbst in der Hand, trägt damit aber auch die Gesamtverantwortung des Projekts. So müssen etwa Zeitpläne und Ressourcen selbstständig erarbeitet und durchgesetzt werden. Der Implementierungspartner fungiert nur noch als Projektmitglied mit beratender Funktion, nicht als leitende Instanz des Projekts. Je mehr sich ein Unternehmen für das Taxi-Modell entscheidet, desto mehr Verantwortung überträgt es auf den Implementierungspartner. Wichtig ist, dass beide Parteien sehr klar festlegen, bei wem welche Verantwortungen liegen. Dann sind beide Vorgehen auch bestens dafür geeignet, zum gewünschten Erfolg zu gelangen. ■



„ Es geht dabei um die grundlegende Frage, die sich jedes Unternehmen bei der Einführung eines Systems stellen muss.

HENDRIK BIELEFELD

IT-Consulting



CROSSMEDIAL

Schmucke Kommunikation

Content-Produktion
für „das Dorotheum unter
den Juwelieren“



DOROTHEUM
juwelier



CROSSMEDIAL



300 Jahre Geschichte stehen hinter Dorotheum. Das 1707 gegründete Wiener Auktionshaus ist das größte seiner Art in Mitteleuropa. Mit „Dorotheum Juwelier“ gehört das Unternehmen auch zu den Top-Adressen für den Handel mit Schmuck und Uhren in Österreich – 26 Filialen und ein Onlineshop haben dafür ihre Pforten geöffnet. Um die außergewöhnliche Qualität des Dorotheum auch in der Juwelier-Kommunikation zu transportieren, agiert Laudert als Lead-Agentur, die Verantwortung für die Kampagnen-Steuerung, Content-Produktion und kreative Gestaltung übernimmt.

Fixpunkt der Zusammenarbeit für Laudert ist eine punktgenaue Kampagnen-Steuerung. Aus ihr ergeben sich die weiteren Aufgaben: Kreative Ideenfindung, Maßnahmenpakete für Aktionen am Point of Sale und Anzeigenentwicklung sind ebenso Teil der Agenda wie Content-Erstellung für On- und Offline-Kanäle sowie Social Media. Von der Schaufenster-Beklebung über den A6-Aufsteller bis hin zum Facebook-Ad: Laudert „übersetzt“ die inhaltlichen Schwerpunkte und denkt mit für eine lebendige, glanzvolle Gestaltung des Auftritts von Dorotheum Juwelier.



Print verleiht der Marke Exklusivität

DAS MAGAZIN: DORo

Jährlich im Herbst erscheint das Print-Magazin DORo. Es verbindet klassische Produktlinien mit Neuentwicklungen aus dem eigenen Atelier, Kunst und Anlageprodukten sowie Hintergrundstories und Informationen. Der Herausforderung, all diese Teilbereiche innerhalb des Magazins gebührend zur Geltung zu bringen, begegnet das LOFT-Team mit viel Liebe zum Detail in Layout, Gestaltung sowie Bild- und Textauswahl. Für die Finalisierung und druckfähige Ausgabe steht das Medienproduktionsteam parat.



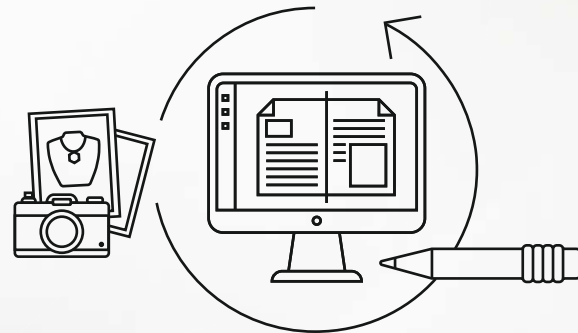


PROZESS-KOMPETENZ MACHT DEN UNTERSCHIED

Für Dorotheum Juwelier kann Laudert einen seiner größten Vorteile ausspielen: Die **Prozesskompetenz**, die **Kreation** und **Produktion** sind eng miteinander verzahnt. Durch kundenoptimierte Workflows und IT-gestützte Prozessketten arbeiten **LOFT**, **Medienproduktionsteams** und die **Studios** Hand in Hand. Nur so erwacht die Strahlkraft und Exklusivität des „Dorotheum unter den Juwelieren“ in der Kommunikation zum Leben.

SHOOTING IM DREIERPACK

Der Bild-Content für die gesamte Kommunikation entsteht in nur zwei bis drei Shootings bei Laudert. Ein effizientes Vorgehen, das Kosten reduziert und Anstrengungen bündelt – aber auch eine punktgenaue Vorausplanung sowohl von Seiten des Agenturkunden, der Maßnahmen-Steuerung als auch in den Studios selbst sind erforderlich. Mit feinen Freistellern werden die Produkte den Kunden originalgetreu vorgestellt. Emotionale Moods sorgen für die Hochkaräter der späteren Kommunikation.



DURCH KUNDENOPTIMIERTE WORKFLOWS UND IT-GESTÜTZTE PROZESSKETTEN ARBEITEN LOFT, MEDIENPRODUKTIONSTEAMS UND DIE STUDIOS HAND IN HAND



Drei Fragen

an Karin Saey, Head of Retail bei Dorotheum Juwelier

Was waren die maßgeblichen Faktoren, die Sie von einer Zusammenarbeit mit Laudert überzeugt haben?

Fachlich war es die Verbindung innerhalb einer Agentur zwischen kreativem Entwickeln und professioneller Bilderstellung sowie Content-Kreation, und zwar sowohl analog als auch digital, von der wir uns ein harmonisches Ergebnis erwartet haben, mit weniger Reibungsverlusten. Überzeugt hat uns dann endgültig das Team, sowohl menschlich als auch professionell.

Welche spürbaren Vorteile entstehen für Dorotheum Juwelier?

Durch das „Alles aus einer Hand“-Prinzip gibt es weniger Abstimmungsbedarf mit unterschiedlichen Dienstleistern und es wirkt sich auch positiv durch Reduktionen auf die Kosten aus.

Welche Entwicklung planen Sie für Dorotheum Juwelier als Marke in naher Zukunft?

Das Thema „Faires Gold, faire Diamanten und faire Produktionsbedingungen“ liegt uns sehr am Herzen und hier sind weitere Entwicklungen geplant. Wir haben ja bereits 2016 als erster Juwelier in Österreich flächendeckend die erste Fairtrade-Gold-Eheringkollektion auf den Markt und somit den Fairtrade-Gold-Standard nach Österreich bringen dürfen, in enger Zusammenarbeit mit Fairtrade Österreich. Die Verquickung zwischen stationärem und Online-Handel ist uns auch schon seit langem sehr wichtig. Hier sind ebenfalls einige kundenzentrierte Projekte angesiedelt. ■

„Lies mal, wer da textet“

Künstliche Intelligenz für
den Text-Workflow

Produktbeschreibungen sind ein wichtiger Faktor auf dem Weg zur Conversion – vorausgesetzt, sie sind hilfreich und korrekt formuliert sowie ansprechend geschrieben. Gerade für große Volumina sind dafür aber viele Texte nötig. Oder vielleicht doch nur eine gut trainierte KI?

Text: Laudert Fotos: shutterstock

Das Content-Team von Laudert befasst sich seit geraumer Zeit mit automatisierten Text-Workflows auf Basis künstlicher Intelligenz. Dabei hat es sich mit den klassischen Fragen auseinandergesetzt, die auch Kunden sich gerne stellen: Sind die Texte sprachlich korrekt? Folgen sie SEO-Regeln? Was ist mit der Varianz, um Kunden nicht zu langweilen? Und: Kann künstliche Intelligenz emotionale Texte verfassen?

BEISPIEL TEXT A1:

Blaufarn Phlebodium „Davana“

Der blaue Sternfarn ‚Davana‘ (Phlebodium aureum) kann Farbe in die dunkelsten Ecken Ihrer Wohnung bringen. Ob im Badezimmer, der Toilette oder im Schlafzimmer, diese pflegeleichten Farne sehen überall fantastisch aus!

Diese Zimmerpflanze ist sehr einfach zu pflegen. Stellen Sie Ihren Farn in den Halbschatten. Halten Sie die Erde immer feucht, ohne die Pflanze im Wasser stehen zu lassen.

SCHAUEN WIR UNS IM FOLGENDEN EINMAL EIN PAAR TEXTE AN:

Jeweils einer der Texte wurde von einem Texter verfasst, der andere mithilfe KI-basierter Software. Finden Sie heraus, welcher der Texte von der KI stammt?

A2

BEISPIEL TEXT A2:

Blaufarn Phlebodium „Davana“

Der Blue Star-Farn zeichnet sich durch sein wildes Aussehen und den blau-grauen Farbton seiner Blätter aus. Er haucht Büro- und Wohnräumen gleichermaßen Leben ein. Auch ein toller Look für Ihren Garten oder Balkon.

Seine Stämme gedeihen im Halbschatten. Gießen Sie ihn wöchentlich, bei heißem Wetter zweimal pro Woche, um ihn feucht zu halten. Ein echter Star für Ihr Zuhause!

A1

BEISPIEL TEXT B1:

Polsterglockenblume (*Campanula portenschlagiana*), lila

Die üppig blühende Glockenblume ist ein echter Blickfang. Ein einfacher Weg, um einen Farbtupfer in Ihren Garten oder Balkon zu bringen. Diese Pflanzen gedeihen im Halbschatten. Erfreuen Sie sich im Sommer an ihren schönen Blüten. Gießen Sie nicht zu oft. Durch die niedrige Wuchshöhe sind die Pflanzen ideal für den Balkon oder einen Gartenweg. Ein wenig Dünger hilft, das Wachstum anzukurbeln.

BEISPIEL TEXT B2:

Polsterglockenblume (*Campanula portenschlagiana*), lila

Die Glockenblume (*Campanula portenschlagiana*) blüht üppig und ist ein echter Blickfang. Die Bio-Pflanze hat kleine, violette Blüten. Die Pflanze ist niedrigwachsend und eignet sich fantastisch als Bodendecker oder in einem schönen Topf auf dem Balkon. Stellen Sie die Pflanze in die volle Sonne oder in den Halbschatten. Halten Sie die Erde feucht. Die Erde um die Wurzeln darf nicht austrocknen. Die Pflanze ist aus biologischem Anbau, was bedeutet, dass beim Anbau der Pflanze keine chemischen Pflanzenschutzmittel verwendet wurden. Für einen gesunden Garten!

Die Auflösung: Text A2 und Text B1 wurden jeweils mittels KI erstellt. Aus unserer Sicht sind die Unterschiede zwischen den Texten marginal, künstliche Intelligenz leistet hier hervorragende Arbeit. Seit Jahren beschäftigen sich diverse Forschungsgruppen mit der „Natural Language Generation“, einem Teilbereich der Computerlinguistik. Entsprechend fortgeschritten ist die automatisierte Texterstellung bereits.

MEDIENDIENSTLEISTUNGEN

BASIS VON AUTOMATISIERTEN TEXTEN: DATEN

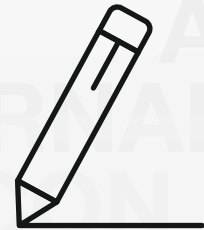
Damit eine KI-basierte Software entsprechende Texte generieren kann, muss sie gefüttert werden. Kiara Diehl, Abteilungsleiterin des Laudert-Content-Teams, präzisiert: „Strukturierte Daten sind die Grundlage für die KI. In der Regel sollten das genau jene Daten sein, die in Unternehmen in deren PIM-Systemen abliegen: Attribute, harte Fakten zu einem Produkt. Marke, Farbe, Preis und mehr.“ Je mehr Daten vorliegen und je besser sie sind, desto genauer und aussagekräftiger werden die Texte. Und auch vielfältiger. Nach der „Fütterung“ der KI dauert die Texterstellung nur wenige Millisekunden.

MENSCHLICHER INPUT NOTWENDIG

Damit es so weit kommt, ist allerdings etwas Initialaufwand nötig. „Damit eine KI gute Texte schreibt, muss sie mit Informationen versorgt werden. Dazu gehört auch die Erstellung einer geeigneten, nennen wir es mal ‚Textvorlage‘, an der sie sich orientieren kann“, führt Kiara Diehl aus. „Diese Aufgaben sollten Personen mit entsprechenden sprachlichen wie auch technischen Fähigkeiten übernehmen.“ Und auch Kontrolle und Verfeinerung stehen auf deren To-do-Liste. Nur dann stehen am Ende ansprechende, emotionale und faktisch richtige Artikelbeschreibungen im Online-Shop.

Bleibt am Ende noch die Schlüsselfrage: Wann lohnt sich der Einsatz von KI? „Eine einfache Antwort auf diese Frage gibt es nicht. Ihre Vorteile spielt die KI bislang vor allem dann aus, wenn es um häufig wiederkehrende, variantenreiche Produkttypen geht – oder um Mehrsprachigkeit, bei der KI außerordentlich punktet“, schließt Kiara Diehl. „Die Technologie entwickelt sich aber rasant, sodass die Einstiegsschwelle immer niedriger wird.“

In den kommenden Monaten werden wir auch zum Thema KI im Text-Workflow ein Webinar abhalten. Folgen Sie uns auf Social Media oder melden Sie sich zum Newsletter an, um nichts zu verpassen!



DAS CONTENT-TEAM VON LAUDERT

Das Content-Team ist auf hochwertiges Datenhandling bei der Systemintegration, Aufbereitung und Bereinigung sowie Verbesserung fehlerhafter oder unzureichender Datensätze spezialisiert – und sorgt so für perfekte Daten.

Zweites Spezialisierungsfeld ist die verkaufsfördernde Texterstellung im richtigen Stil, der passenden Kundenansprache und natürlich unter Einbezug aller relevanten SEO-Faktoren – ob von Texter-Hand oder durch künstliche Intelligenz erstellt. ■

Kontakt:

Kiara Diehl

Abteilungsleiterin Content-Pflege

k.diehl@laudert.com

+49 2564 919-414

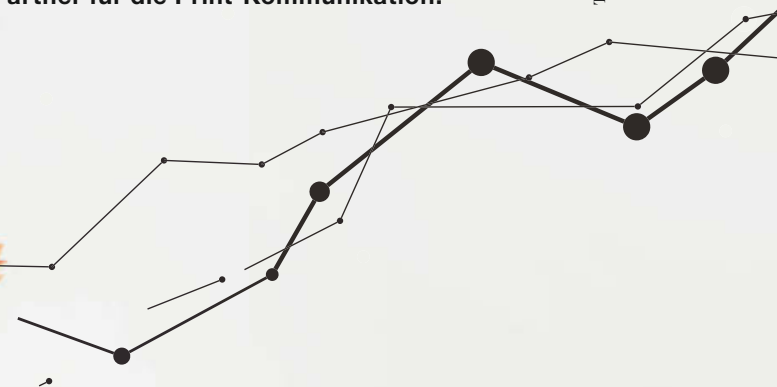
Print-Kommunikation mit Strategie

Aus Digitaldruck wird Print-Services

Digital
druck

In einem agilen Prozess hat Laudert seinen Print-Bereich neu ausgerichtet und geschärft. Einigen Nutzern der Website ist es sicher schon aufgefallen: Der Bereich Digitaldruck heißt nun Print-Services – entstanden aus einem agilen Prozess hin zum strategischen Partner für die Print-Kommunikation.

Text und Fotos: Laudert, Adobe Stock, freepik



PRINT-SERVICES

Im Fokus dieser Neuausrichtung steht die Konzentration auf Beratung und Umsetzungskompetenz. Der Druckbereich verfeinert sein Profil, getragen durch ein interdisziplinäres Team aus Print-Produktionern, die auf die Inhouse-Kompetenz der Laudert-Bereiche zurückgreifen. Color-management, **Mediengestaltung, Medien-IT und Workflow-Expertise** gehen Hand in Hand mit den Print-Services.



PRINT-SERVICES

PRINT-SERVICES



„Die Print-Services sind ein wichtiger Baustein unseres ganzheitlichen Ansatzes der Produkt- und Markenkommunikation“, erklärt Jörg Rewer, geschäftsführender Gesellschafter bei Laudert. „Von der Beratung über den kreativen Part bis hin zu Colormanagement und Druck sowie anschließender Logistik stehen wir Kunden mit unserem Know-how zur Seite – ob in klassischen Ansätzen, bei **Web2Print** oder im Programmatic Printing.“

PRINT-SERVICES

Im Kontext der Neuausrichtung wurde Bernhard media & print von Laudert übernommen. Beide Unternehmen verband vorher bereits eine langjährige Partnerschaft. Stefan Bernhard, Geschäftsführer Bernhard media & print, erläutert: „Wir arbeiten seit vielen Jahren erfolgreich mit Laudert zusammen. Ich bin überzeugt, dass meine Kunden in Zukunft von der nahen, weitblickenden Laudert-Kommunikation profitieren werden.“ **„Unsere Print-Services vereinen Kreation, Technik und Datenhandling für erfolgreiche Print-Kommunikation“**, fasst Jörg Rewer zusammen. Abgerundet werden sie durch ein weitreichendes Netzwerk aus spezialisierten Print- und Veredelungspartnern, die für individuelle Sonderanforderungen ebenso ausgerüstet sind wie für hoch individualisierte Volumenproduktion.



” Unsere Print-Services vereinen Kreation, Technik und Datenhandling für erfolgreiche Print-Kommunikation.“

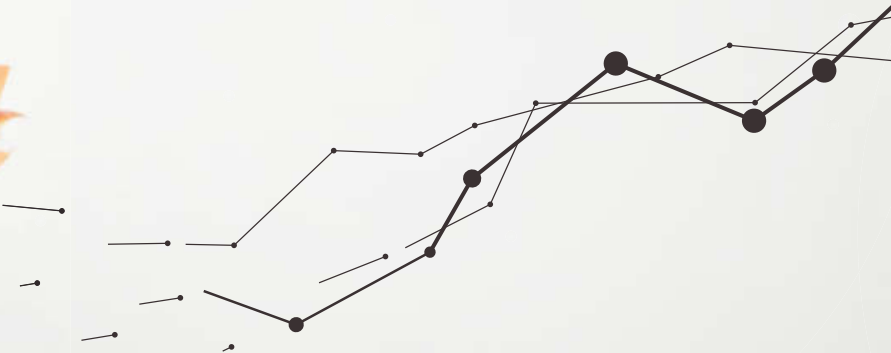
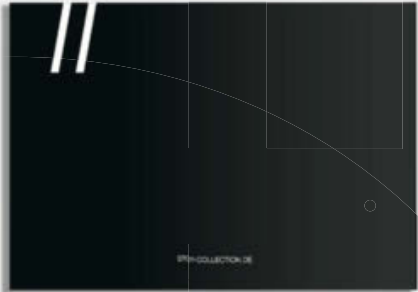
JÖRG REWER
GESCHÄFTSFÜHRENDER
GESELLSCHAFTER



PRINT-SERVICES



**Print:
vielseitig &
ansprechend**



CHRISTIAN, WAS MACHT FÜR DICH DIE NEUAUSRICHTUNG DER PRINT-SERVICES AUS?

„Wir arbeiten schon lange über den einfachen Digitaldruck, wie unser Bereich vorher hieß, hinaus. Wir stehen beratend zur Seite, suchen mit unseren Kunden nach Lösungen für zielgerichtete Print-Kommunikation. Und auch die Umsetzung betreuen wir – und zwar bis in hoch spezialisierte Bereiche wie Programmatic Printing, Individualdruck und viele mehr. Als strategischer Partner übernehmen wir die Verantwortung, von der Idee über die Druckabwicklung bis zur finalen Logistik. Dieses Bild schärfen die „Print-Services“ nun nach außen. Print mit Service-Charakter.“

Beispielhaft ist die Zusammenarbeit mit Jack Wolfskin, für die wir ein Workbook produzieren. Fotografie, Medien-Dienstleistungen, im Hintergrund IT, treffen hier aufeinander. Den Versand in die Welt haben wir mit den Print-Services übernommen. Mit unserem beratenden Ansatz haben wir Ideen entwickelt und sind ins Gespräch gegangen. Das kam gut an. Mittlerweile sind auch personalisierte Mailings und Gutscheine Teil unserer Partnerschaft.“ ■



**MITDENKEN,
WEITERDENKEN,
NEU DENKEN.**

Das zeichnet uns
als Team, als
Print-Services aus.



Nachgefragt bei
CHRISTIAN GIEBING
ABTEILUNGSLEITER
PRINT-SERVICES

Fotografen auf dem Land mit Gitarren an der Wand

Aus dem Tagebuch des Studioleiters unseres kleinsten
Standortes Bad Waldsee



Text und Fotos: Laudert



Das Foyer des Studios Bad Waldsee

Als groß lässt sich unser Standort hier, im beschaulichen Bad Waldsee, nicht beschreiben. Und doch entsteht hier einiges: Täglich kümmere ich, Hans-Peter Schreier, mich mit meinen fünf Kollegen um zahlreiche Auftragsshootings für unterschiedlichste Kunden. Dabei fing 2014 alles als Inhouse-Unit beim Versandhaus Walz an – und ich war als Fotograf mittendrin statt nur dabei.



” Südschwäbisches Kultur-Idyll
im Dreiländereck statt bayrische
Millionenmetropole

HANS-PETER SCHREIER
Abteilungsleiter Studio Bad Waldsee



Damals bin ich aus München nach Bad Waldsee gekommen, um im Auftrag Lauderts für Walz zu fotografieren. Südschwäbisches Kultur-Idyll im Dreiländereck statt bayrische Millionenmetropole; „Lauffieber“, Ruderregatta und alemannische Fastnacht statt Oktoberfest und Allianz Arena. Für mich war die Umstellung kein Problem: Ich bin gebürtiger Lindauer, ein „Kind des Bodensees“. Mit meiner Kollegin Vicky Lettau starteten wir für Walz durch.

KINDERSPIELPLATZ FOTOSTUDIO

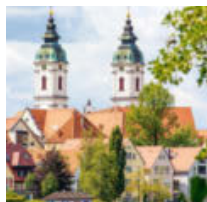
Die Fotografie wurde mir quasi in die Wiege gelegt: Das Studio meiner Eltern, mein Vater war Fotograf, war mein Kinderspielplatz. Bei Walz wurden die Auf-

träge schnell umfangreicher und anspruchsvoller. Eine tolle Herausforderung, die wir, so darf ich, glaube ich, sagen, super meisterten. Die Qualität sprach sich bei weiteren Kunden im süddeutschen Raum und bis in die Schweiz und nach Österreich herum. Und so erfolgte 2018 der logische Schritt: Wir mieteten eine größere Räumlichkeit mit offenem, lichtfreundlichem Ambiente an und richteten ein Studio ein: Der neue Laudert-Standort in Bad Waldsee war geboren.

Fünf Mitarbeiter habe ich – einen Fotografen, eine auszubildende Fotografin, zwei Stylistinnen, eine Teamassistentin und einen Handwerker. Auch als Studioleiter fotografiere ich ab und an noch. Aber meine Arbeit dreht sich auch um koordinative Aufgaben, Organisation, Personalgeschichten, Proofing. Und natürlich unterstütze ich bei der Ausbildung: Laudert setzt auf seinen Nachwuchs. Und seit Januar fallen mir auch einige betriebswirtschaftliche Aufgaben zu: Mit der Umstrukturierung wurde aus meiner Teamleiter-Position eine Abteilungsleiter-Position.

ALLES IM (G)RIFF

Hier spielt die Musik





UND ABENDS DER BLUES

Dass ich mich abends gerne auf meinen Sofasessel fallen lasse, die Gitarre in die Hand nehme und den Blues jamme, hat übrigens nichts mit der Arbeit bei Laudert zu tun. Ich liebe diese Musikrichtung einfach, besonders die ausdrucksstarke Musik eines Gary Clark junior hat es mir angetan. Ein Hobby, das ich erst vor zwei Jahren für mich entdeckte, das mich aber umso mehr packt. Vielmehr noch: Ich sammle Gitarren, restauriere sie. Andere hängen ihre Urlaubsfotos an die Wand, bei mir sind es Gitarren.

Ich bin stolz darauf, wie effizient und zielgerichtet unser kleines Team arbeitet. Auch Modelshootings finden in Bad Waldsee statt. Renommierte Marken wie der Bergsportausrüster Vaude und der Sportartikelhersteller Head gehören zu unseren Kunden. Und vor wenigen Wochen kehrte Vicky Lettau nach ihrer Zeit im Mutterschutz zurück. Das Bad Waldsee-„Ur-Team“ wieder vereint – tolle Sache! Und ich bin mir sicher: Wir wachsen weiter. Ich freu mich drauf. ■

Meilenstein erreicht: über 500 erfolgreiche Laudert-Ausbildungen

Text und Fotos: Laudert, Adobe Stock

Strategische Nachwuchsförderung
trägt Früchte – 80%ige Übernahme-Quote

LAUDERT INSIGHTS



Laudert hat die Marke von **500 erfolgreichen Ausbildungen** erreicht. Ein Meilenstein, der die erfolgreiche Nachwuchsförderung der Akademie unterstreicht. Seit der ersten Ausbildung Mitte der 60er-Jahre haben über 500 junge Menschen bei Laudert eine berufliche Qualifikation erhalten, allein in den vergangenen zehn Jahren waren es über 150.



Unternehmensgründer
Karl-Heinz Laudert bei
seiner Ausbildung



Ausbildung im Offset-Druck
in den 60ern

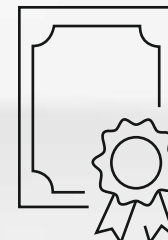


Übernahme-
Quote
80%



MEILENSTEIN ERREICHT:

„Mit unserer **Investition in Ausbildung und Akademie** haben wir es geschafft, den Fachkräftemangel in der Region für uns überwiegend zu kompensieren und unseren Wachstumskurs fortzusetzen. Die Nachwuchsförderung ist ein strategischer Bestandteil unserer Unternehmensvision“, erklärt Geschäftsführer Sven Henckel, der einst als Dual Studierender selbst durch die Laudert-Akademie gefördert wurde. „Die erreichte Marke unterstreicht, dass sich unser Engagement auszahlt.“



Text und Fotos: Laudert, Adobe Stock



Ausbildung zum Klischeeätzer oder Lithografen



Neueste Technologie für Azubis auch in den 80ern



Auch am neuen Standort Hamburg wird ausgebildet



LAUDERT INSIGHTS

Die Übernahme-Quote von 80% seit **Gründung der Akademie im Jahr 2000** kann sich sehen lassen. „Wir bilden sehr gezielt aus und können unseren Auszubildenden dadurch von Anfang an eine Perspektive bei Laudert aufzeigen. Das ist für beide Seiten wichtig“, fügt Sven Henckel hinzu. „Von den verbleibenden 20% entscheiden sich die meisten für ein

Studium – einige davon kommen im Anschluss wieder zu uns zurück.“

Ausbildungen bei Laudert sind in den Bereichen Fotografie, Gestaltung für visuelles Marketing, Mediengestaltung Bild + Ton, Mediengestaltung Digital + Print, Fachinformatik sowie als Industriekaufleute möglich – und in zahlreichen dualen Studiengängen rund um Medien und IT. ■



13 x erfolgreicher Ausbildungsabschluss



Gründung der Ausbildungsakademie + Ausflug in die Schweiz



Azubi-Gautschen anlässlich des 50-jährigen Jubiläums



21 neue Auszubildende und Duale Studierende

2000

2009

2010

2020

Die Krise als Beschleuniger von Veränderungsprozessen?

Einblicke in eine Mitarbeiterbefragung während der Corona-Zeit



Wie wirkt sich die Corona-Krise auf Veränderungen in Unternehmen aus? Dieser Frage ist unser Medien-Projektmanager Jannis Robers in seiner Bachelor-Arbeit am Beispiel von Laudert auf den Grund gegangen – mit erstaunlichen Ergebnissen und klaren Handlungsempfehlungen für die Zukunft.

Die Studie fußt auf der Auswertung einer detaillierten Mitarbeiterbefragung anhand eines entlang der Forschungsthese konzipierten Fragebogens.

Text und Fotos: Laudert, Adobe Stock

JANNIS ROBERS

Medien-Projektmanagement
j.robbers@laudert.com
Tel.: +49 2564 – 919 – 404



DIESE THESEN SIND:

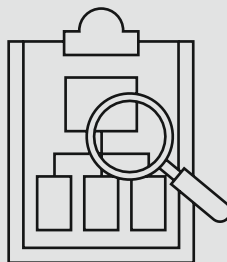
- Krisen sind sowohl Auslöser als auch Beschleuniger von Veränderungen
- Krisen erzeugen Veränderungsdruck und führen insbesondere in den ersten Phasen des Veränderungsprozesses zu einem schnelleren Verständnis für die Notwendigkeit von Veränderung
- Initialwiderstände werden hierdurch reduziert, was zu einem schnelleren Durchlaufen des Change-Prozesses führt
- In der Krise sind Mitarbeiter grundsätzlich positiver gegenüber Veränderung eingestellt



” Durch die hohe Anzahl an ausgewerteten Fragebögen von Mitarbeitern aus sehr vielen Abteilungen erreicht die Studie eine sehr hohe Aussagekraft.

EIN BLICK IN DIE AUSWERTUNG

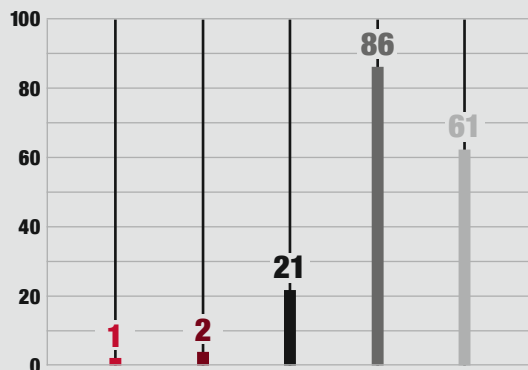
Den Mitarbeitern bei Laudert bescheinigt die Studie eine sehr hohe Veränderungsbereitschaft (7,4 von 10). 86% der Befragten gaben in diesem Kontext an: Durch die Krise habe die allgemeine Veränderungsbereitschaft zugenommen. 93% sahen eine Zunahme in Anzahl und Geschwindigkeit der Veränderungen.



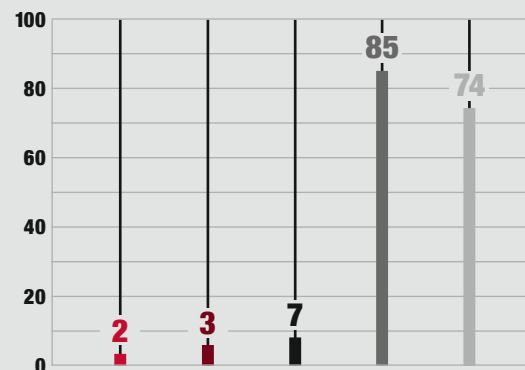
Einfluss der Corona-Krise auf die Veränderungsbereitschaft sowie Anzahl und Geschwindigkeit von Veränderung

WIE WIRKT DIE CORONA-KRISE AUF VERÄNDERUNGEN BEI LAUDERT?

Durch die Krise hat die allgemeine Veränderungsbereitschaft ...



Durch die Krise haben die Anzahl und die Geschwindigkeit von Veränderungen ...



■ stark abgenommen ■ leicht abgenommen ■ sich nicht verändert ■ leicht zugenommen ■ stark zugenommen 171 Befragte

Als Bereiche, in denen **Veränderungen** umgesetzt wurden, identifizierten die Befragten vor allem folgende Bereiche:

- Flexiblere Arbeitsweisen **89,5 %**
- Fortschreitende Digitalisierung **72,7 %**
- Mehr Selbstorganisation **66,9 %**
- Prozessoptimierungen/-veränderungen **65,1 %**



98,8% der Befragten stimmen zu, dass Veränderungen in der Krise notwendig und unvermeidbar seien. Gleichzeitig sehen 87,8% der Befragten durch die Krise Veränderungsprozesse angestoßen, die sonst nicht stattgefunden hätten. Doch die Rahmenbedingungen für erfolgreiche Veränderungen seien bei Laudert gegeben, sagen 86,8% der Teilnehmer – und das übergreifend über alle Unternehmensebenen.

Weitere Teilbereiche der Befragung ergaben zudem durchweg positive Ergebnisse für die Kommunikation der Veränderung, die Partizipation, die Führung sowie Vision/Strategie.



„Beeindruckend ist das hohe Verständnis der Mitarbeiter für die Notwendigkeit der Veränderungen.“

JANNIS ROBERS
Medien-Projektmanagement

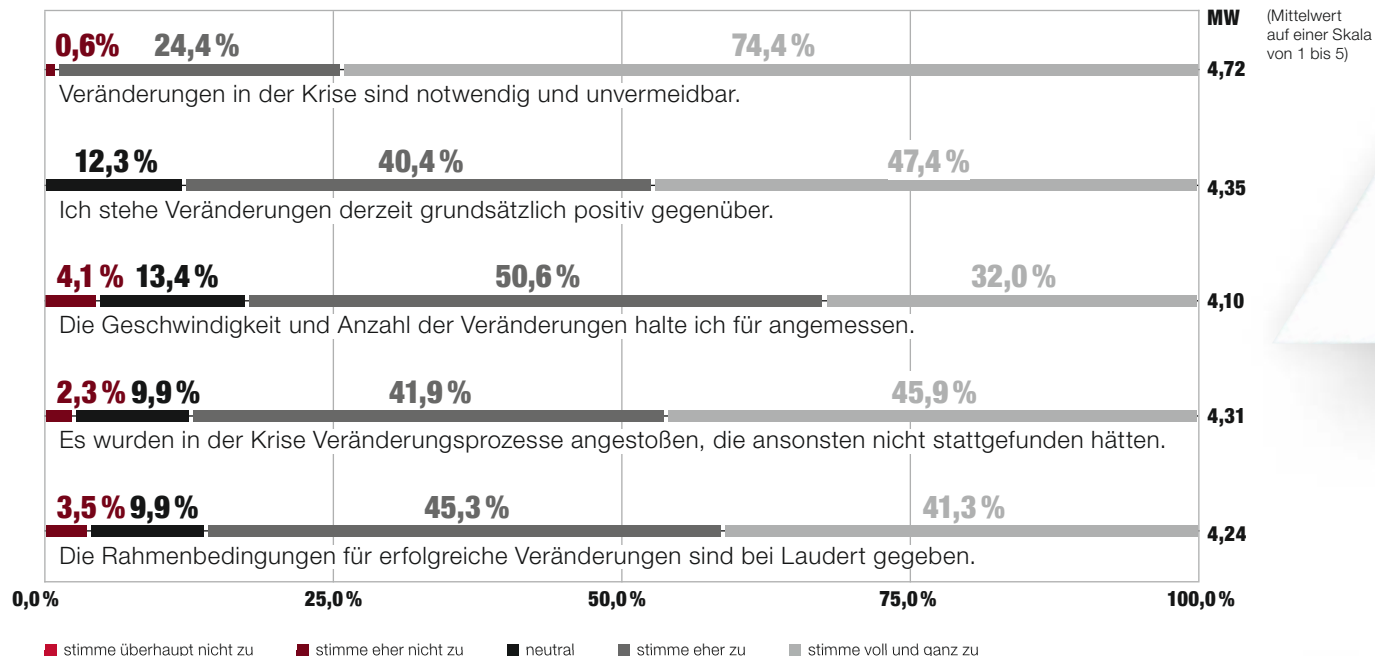


DASS VERÄNDERUNGEN IN DER KRISE NOTWENDIG UND UNVERMEIDBAR SEIEN

Die Studie bescheinigt Laudert, dass die stattgefundenen Change-Maßnahmen von den Mitarbeitern nicht nur grundsätzlich als erfolgreich und positiv angesehen werden, sondern auch nachhaltig sind. In Sinnhaftigkeit und Erfolg derzeitiger wie künftiger Veränderungen wird großes Vertrauen gelegt. Trotzdem haben die Mitarbeiter Respekt vor zu schneller Veränderung: Change-Prozesse mit Maß sind also gefragt.



WIE SEHR STIMMST DU FOLGENDEN AUSSAGEN ZU BZW. NICHT ZU?



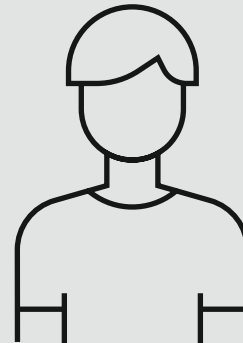
HANDLUNGSEMPFEBLUNG IN DER KRISE

Für das Unternehmen ergibt sich aus der Studie die klare Maßgabe, die Bereitschaft für Veränderung hochzuhalten und das Momentum zu nutzen. Daraus ergibt sich auch der Bedarf, weitere Potenziale zu identifizieren und auszuschöpfen – auch tiefgreifende.

Um dabei erfolgreich zu sein, ist die Mitarbeiterbindung enorm relevant, sowohl in Form von Feedback als auch in der direkten Einbindung der Mitarbeiter. Eine hohe positive Einstellung zum Wandel resultiert in einem hohen Engagement und fördert konstruktiven und kreativen Input.

HANDLUNGSEMPFEBLUNG NACH DER KRISE

Die Veränderungskultur wird auf allen Unternehmensebenen deutlich wahrgenommen und unterstützt. Diese Basis sollte gestärkt und in die Zukunft mitgenommen werden. Positive Erfahrungen müssen dafür präsent bleiben. Das erfordert eine Stärkung der Kommunikation und Partizipation – und agiles Vorgehen, um durch kurzfristige gemeinsame Erfolge eine positive Grundstimmung zu erzeugen.



FAZIT

Grundsätzlich kann die Krise für Laudert als gute Ausgangslage dafür verstanden werden, Veränderungen anzustoßen. Die Voraussetzungen seitens des Unternehmens sowie eine entsprechende Motivation und Einstellung der Mitarbeiter sind gegeben und lassen sich auch auf zukünftige Veränderungen projizieren. Aufgabe von Laudert ist es, auf Basis der ermittelten Ansätze diese Rahmenbedingungen aufrechtzuerhalten und Wandel fortwährend anzutreiben, um als innovatives und anpassungsfähiges Unternehmen am Markt agieren zu können. ■

Whitepaper: Ihr Weg zum eigenen PIM-System

WIE SIE DIE RICHTIGE PIM-LÖSUNG FINDEN UND
ERFOLGREICH IMPLEMENTIEREN

Daten sind heute ein wichtiger Rohstoff in Unternehmen. Das gilt ganz besonders für Produktdaten, die für viele Prozesse im Unternehmen maßgeblich sind: Sie werden im Online-Shop ebenso benötigt wie im Printkatalog, am Point of Sale, beim Servicetermin vor Ort oder an der Support Hotline. Sie müssen für den Versandprozess korrekt vorliegen und sind auch für externe Dienstleister und ihre Services relevant. Es ist daher für jedes Unternehmen elementar wichtig, dass Produktdaten stets korrekt und vollständig sind und alle Beteiligten darauf zugreifen können.

PIM-Systeme unterstützen bei dieser Aufgabe. Sie speichern sämtliche produktrelevanten Daten medienneutral an einem zentralen Ort und geben sie automatisiert an den verschiedenen Vertriebs- oder Kommunikationskanälen aus. Die Vorteile liegen auf der Hand: Unternehmen sparen sich viel Zeit für die Datenpflege und die Medienerstellung. Gleichzeitig ist eine konsistente Produktkommunikation sichergestellt.

Text und Fotos: Laudert

Doch aus der Vielzahl an Lösungen im Markt die passende für das eigene Unternehmen zu finden, ist nicht einfach. Auch bei der anschließenden Implementierung lauern viele Fallstricke. Mit unserem Whitepaper wollen wir Sie auf dem Weg zu einem PIM-System begleiten. Wir hoffen, die Informationen und Tipps sind für Ihre Entscheidung hilfreich. ■

DAS ERWARTET SIE:

- PIM-Systeme: Produktdaten effizient verwalten
- Vorteile eines PIM-Systems
- Wann lohnt sich ein PIM-System?
- Wie Sie das passende PIM-System finden
- 6 Gründe, warum PIM-Projekte scheitern
- Wie Sie es besser machen: Darauf sollten Sie bei der Einführung achten



Hier downloaden



News + Facts

Maike Auffenberg als bundesbeste Mediengestalterin geehrt

Große Ehre für Maike Auffenberg und die Laudert-Akademie: Für ihre herausragenden Leistungen wurde die Ausbildungsabsolventin von der Industrie- und Handelskammer (IHK) als „bundesbeste Mediengestalterin Digital und Print Fachrichtung Beratung und Planung“ geehrt. Damit ist Maike bereits die dritte Laudert-Auszubildende, die ihre Ausbildung mit nationaler Bestleistung abschließt.

Gratulation! ■



Laudert übernimmt shopware Plugins

Laudert hat eine Reihe erfolgreicher Shopware-Plugins von S.HE Business übernommen. Die Plugins, die meist darauf abzielen, die Nutzerfreundlichkeit und Anwendungsflexibilität durch kleine Änderungen zu verbessern, sind auf store.shopware.com abrufbar. Zu den übernommenen Plugins gehört auch der **TinyMCE Editor**, der mehrfach als eines der erfolgreichsten Shopware-Plugins der Woche ausgezeichnet wurde. Wir freuen uns, damit unsere Shopware-Expertise weiter ausbauen zu können.

Text und Foto: Laudert

VIRTUELLE WEIHNACHTSFEIER BEI LAUDERT



Tombola bringt **7.000** Euro für Indien-Projekt

Text und Fotos: Laudert, Adobe Stock

Die diesjährige Laudert-Weihnachtsfeier fand virtuell statt – inklusive einer Weihnachtsgeschichte, vorgelesen vom Kabarettisten Christoph Tiemann. Im Live-Stream beantwortete die Geschäftsführung, vor dem Weihnachtsbaum sitzend, zahlreiche arbeitsbezogene, aber auch private Fragen. Zum Abschluss wurden die

Lose für die traditionelle Laudert-Weihnachtstombola gezogen, die übrigens eine Rekordspende von 7.000 Euro für unser Ausbildungsprojekt in Indien von **Little Big World e. V.** einbrachte. Eine wunderbare Veranstaltung, die den fehlenden direkten Kontakt wenigstens ein bisschen kompensieren konnte. ■



Text und Fotos: Laudert, Adobe Stock

Erfolgreicher **Charity-Adventskalender**

In der letzten Magazin-Ausgabe riefen wir zur Teilnahme an unserem Charity-Adventskalender auf. Wir bedanken uns herzlich für die vielen wunderbaren und schönen Projekte, Institutionen und Organisationen, die von Ihnen, unseren Kunden und Partnern, vorgeschlagen wurden.

Wir freuen uns, dass wir folgenden Vorschlägen einen kleinen Spendenzuschuss von insgesamt **3.000 Euro** gewähren durften:

- **Aktion Lebenshilfe Vreden**
- **Kunterbunt e. V.**
- **Stiftung Libenau**
- **placet –
Plastisch-Chirurgisches
Centrum für Terroropfer**
- **Mental Health Crowd**

Kalbsgeschnetzeltes an Estragon- Champignon-Sauce

Schnell und einfach
zubereitet



ZUTATEN FÜR 4 PERSONEN

- 1 Zwiebel
- 2 Knoblauchzehen
- 300 g Champignons
- 4 Zweige Estragon
- 600 g Kalbsgeschnetzeltes
- 2 EL Butter
- 100 ml Weißwein, trocken
- 400 ml Halbrahm
- Salz
- Pfeffer



ZUBEREITUNG:

Zwiebel hacken, Knoblauch in Scheiben schneiden. Die Champignons längs halbieren und in Scheiben schneiden. Estragon-Blättchen zupfen und grob hacken.

Kalbsgeschnetzeltes mit Salz und Pfeffer würzen und portionsweise bei großer Hitze mit 1 EL Butter rundum kurz anbraten. Fleisch zudecken und warm halten.

In der restlichen Butter Zwiebel und Knoblauch andünsten. Champignon-Scheibchen hinzugeben und mitdünsten, dann mit Wein ablöschen. Rahm hinzugeben. Etwa 5 Minuten köcheln lassen, bis die Soße leicht andickt. Fleisch hineingeben und erwärmen. Mit Pfeffer und Salz abschmecken, Estragon hinzumischen, fertig. ■

REZEPT
NACH
TRADITIONELL
SCHWEIZER
ART

IMMER UP TO DATE SEIN:

Folgen Sie uns!



www.laudert.com
[www.laudert.com/
newsletter.html](http://www.laudert.com/newsletter.html)



[www.instagram.com/
laudert_home_of_media](http://www.instagram.com/laudert_home_of_media)
[www.instagram.com/
laudertstudios](http://www.instagram.com/laudertstudios)



[www.facebook.com/
LaudertGmbH](http://www.facebook.com/LaudertGmbH)



[www.linkedin.com/
company/laudert-gmbh&co-kg/](http://www.linkedin.com/company/laudert-gmbh&co-kg/)



[www.xing.com/
pages/laudertgmbh-co-kg](http://www.xing.com/pages/laudertgmbh-co-kg)

IMPRESSUM

HERAUSGEBER

Laudert GmbH + Co. KG
Von-Braun-Straße 8
48691 Vreden
Tel.: +49 2564 919-0
Fax: +49 2564 919-100
info@laudert.com
www.laudert.com

CHEFREDAKTION

Simon Edel (V.i.S.d.P)
Laudert GmbH + Co. KG
marketing@laudert.com

KONZEPTION UND GESTALTUNG

Laudert GmbH + Co. KG
Von-Braun-Straße 8
48691 Vreden

BILDER UND TEXTE

Alle Bilder und Texte
wie gekennzeichnet

AUFLAGE

1.500 Stück
© beim Herausgeber



UNSERE STANDORTE



VREDEN



HAMBURG



STUTTGART



BAD WALDSEE



BANGKOK



HO-CHI-MINH-STADT

500

MITARBEITER

1959

GEGRÜNDET

6

STANDORTE

Laudert.
Home of Media