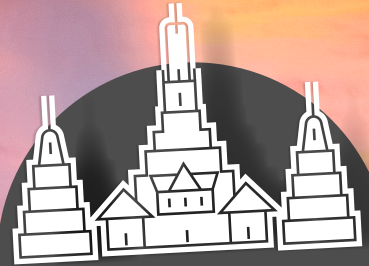


# das magazin

AUSGABE 02/2022

Laudert.  
Home of Media



**10 JAHRE ASIEN**

Laudert feiert  
Jubiläum

**14** ETIKETTENDRUCK  
BEI REMMERS

Workflows  
hoch automatisiert

**18** Mit der Location-Fotografie  
von Morgen on Tour

Virtual Studio-Roadshow  
begeistert Teilnehmer

**34** CONTENT-  
SERVICES

Expertise rund um  
Daten, Assets und Text



**38 – 39**

**LAUDERT CONNECT DIGITAL:  
E-BUSINESS, DATA, KI,  
METAVERSUM & MORE**

Zukunftsthemen im Digitalformat am  
1. Dezember mit hochkarätigen Referenten



**48 – 49**

**WHITEPAPER:  
KUNDENANSPRACHE  
IM PROGRAMMATIC  
PRINTING**

Relevant, emotional, hochwirksam:  
Das Beste aus Print verknüpft  
mit dem Targeting der Online-Welt



**46 – 47**

**DIE ZUKUNFT DER  
ANGEBOTSKOMMUNIKATION**

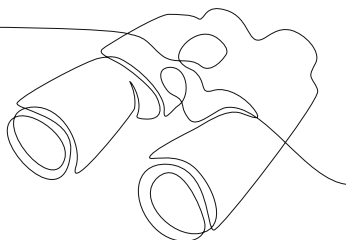
Interview mit Marlene Lohmann  
vom EHI Retail Institute



**28 – 33**

**DER BLICK MACHT DIE PERSPEKTIVE**

Was sich aus vielen Jahren Consulting für ein Unternehmen  
mit einem breiten Angebot wie Laudert herauslesen lässt



**Weitere Inhalte**

- 04–13** 10 Jahre Asien: Laudert feiert Jubiläum
- 14–17** Remmers: Hoch automatisierter Etikettendruck
- 18–27** Mit der Location-Fotografie von Morgen on Tour
- 34–37** Content-Services:  
Expertise rund um Daten, Assets und Text
- 40–41** Programmatic Printing-Spezialist IRS Nürnberg  
geht vollständig in Laudert auf
- 42–45** In die Zukunft geschaut:  
Die Laudert Connect in Nürnberg
- 50–53** Von Wolle Petry bis Jimi Hendrix:  
Laudert-Sommerfest im 90er-Style
- 54–57** Neue Gartengestaltung am Standort Vreden
- 58–61** Tagebuch: Life is what happens  
while you're making other plans
- 64–66** News + Facts

**62 – 63**

**BABYSHOOTING 2022:  
DIE STARS VON  
MORGEN IM STUDIO**

Familiäres Treiben beim  
Nachwuchs-Shooting in Vreden





# Veränderung wird Verbesserung sein

Mit Weitsicht neue Wege gehen

## Liebe Leserinnen und Leser!

Vor rund zehn Jahren eröffneten wir in Bangkok, Thailand, unseren ersten Standort in Asien. Ein spannendes Projekt, in das ich auch persönlich sehr viel Zeit investiert habe. Umso glücklicher bin ich, dass heute, ein Jahrzehnt später, unsere enge Zusammenarbeit mit Teams in Thailand, Vietnam und Kambodscha ein normaler Teil des Laudert-Alltags ist. Wir freuen uns, dieses Jubiläum feiern zu dürfen – und werfen gemeinsam mit Teamleitern und prägenden Persönlichkeiten in dieser Ausgabe des Magazins einen Blick in das Gestern und Heute der Standorte.

Stetige Veränderung erfahren wir auch an unseren Standorten in Deutschland. Eine davon äußert sich bei uns im Bereich des Daten- und Assetmanagements. Die Brisanz des Themas liegt in der exponentiell zunehmenden Bedeutung von Daten, die Unternehmen herausfordert, gleichzeitig aber immer wieder unterschätzt wird. Um in unserer Aufgabe als Begleiter fokussierter agieren zu können, haben wir daher unsere Content-Services deutlich ausgebaut: zu einem Team aus Experten rund um Daten, Assets und Texte, das mit geschärfter Expertise individuell unterstützt.

Text und Foto: Laudert

Wir freuen uns zudem, mit Laudert Connect im Digitalformat am 1. Dezember auf die Veränderungen in der Kommunikation zu blicken und Zukunftsthemen mit hochkarätigen Speakern zu beleuchten und zu diskutieren. Freuen Sie sich auf Stefan Wenzel, Meta, OTTO, Douglas und mehr. Zu den weiteren Beiträgen unseres Magazins zählen unter anderem ein Blick auf unsere hochautomatisierte Arbeit für und mit Remmers und ein Rückblick auf unsere Virtual Studio Roadshow.

Ich wünsche viel Freude beim Lesen! ■

**Herzlichst**

Ihr Jörg Rewer



**Jörg Rewer**  
Geschäftsführender  
Gesellschafter



10 Jahre

ASIEN

# Laudert feiert Jubiläum

Bangkok, Ho-Chi-  
Minh-Stadt und  
Phnom Penh: Von  
den Anfängen  
bis heute

Text und Foto: Laudert, Adobe Stock





Laudert feiert Jubiläum:  
Vor zehn Jahren wurde  
in Bangkok (Thailand)  
der erste Standort in  
Asien eingeweiht. Mit  
Ho-Chi-Minh-Stadt (Vietnam)  
und Phnom Penh  
(Kambodscha) sind es  
heute drei. Ein Blick ins  
Gestern und Heute der  
drei südostasiatischen  
Standorte des Home of  
Media.





## LAUDERT WIRD IN BANGKOK ANSÄSSIG



Die Geschichte Lauderts in Asien ist eng verknüpft mit dem Namen Robert Gschwendtner. „Als das Preisgefüge in Deutschland in den Keller ging, suchten wir Alternativen“, erinnert sich Jörg Rewer, geschäftsführender Gesellschafter bei Laudert. „Der Preisdruck in der Branche war groß.“ Laudert ging eine Partnerschaft für das Anfertigen von Freistellern mit dem thailändischen Medienunternehmen Group D.M.T., deren Geschäftsführer Robert ist.

In den Folgejahren stieg der Bedarf auch in der Bildbearbeitung, weshalb Laudert den Beschluss fasste, sich selbst in Bangkok niederzulassen. Dank Roberts umfangreicher Unterstützung wurden erste Hürden genommen und ein neues Büro nahm Form an.

Gleichzeitig suchte Laudert in der Mitarbeiterschaft in Deutschland nach der ersten Teamleitung. Anna Renz, damals 22 Jahre alt, meldete sich. „Mit Selbstbewusst-

## LAUDERT INSIGHTS

sein sagte sie ‚Ich traue mir das zu!‘, erzählt Jörg. „Wir haben ihr das Vertrauen entgegengebracht. Ein mutiger Schritt, und ich habe großen Respekt vor dem, was sie geleistet hat.“ In kurzer Zeit formte Anna den Standort zu einem verlässlichen Ansprechpartner innerhalb des Home of Media. Dass ein Mittelständler überhaupt den Weg nach Asien sucht, war vor zehn Jahren noch etwas Neues. Eigentlich waren dafür eher die großen Konzerne bekannt. Daten an die andere Erdhalbkugel transferieren, Austauschen, Zusammenarbeiten: Für Laudert bedeutete das neue Erfahrungen und neue Horizonte.



**Bangkok**







Aus der positiven Erfahrung in Bangkok heraus entstand nur kurze Zeit später das neue Büro in Ho-Chi-Minh-Stadt in Vietnam. 2013 nahm dort ein Team aus IT-Spezialisten und Entwicklern die Arbeit auf. 2015 folgte ein Medien-Produktionsteam am selben Standort. „Als wir

begannen, uns mit Asien auseinanderzusetzen, sprachen viele Leute von den kulturellen Unterschieden und dass das ja alles gar nicht so einfach wäre“, rekapituliert Jörg. „Natürlich gibt es in diesen Ländern andere Bräuche, andere Gewohnheiten. Auch als Chef wird man anders wahrgenommen. Aber die jungen Leute sind weltoffen, internationalisiert, möchten ihre Erfahrungen machen. Ich habe die Hürden als wesentlich niedriger empfunden als vorhergesagt.“

**Ho-Chi-Minh-Stadt**



**Phnom Penh**







”

In zehn Jahren habe ich hier unglaublich viele Erfahrungen gesammelt und durfte Teil des bemerkenswerten Wachstums des Unternehmens sein.

**GENG**

Ausbilder in Bangkok

Einer dieser jungen Leute war Sompong Tuangwattanakull, Spitzname Geng. Kurz nach Gründung stieß er zum Team in Bangkok. Das Jobangebot fand er auf einem der üblichen Stellenportale. „In zehn Jahren habe ich hier unglaublich viele Erfahrungen gesammelt und durfte Teil des bemerkenswerten Wachstums des Unternehmens sein“, erzählt er. Heute ist er für die Ausbildung der neuen Mitarbeiter zuständig. „Ich liebe es, mich mit neuen Themen und Situationen zu beschäftigen – sowohl in Bezug auf Arbeit als auch auf Menschen.“

### DIE REISE GEHT WEITER

Längst sind die asiatischen Standorte ein integraler Bestandteil des Gesamtunternehmens geworden. Nachholbedarf, das sagt Jörg ganz offen, sieht er in einigen Bereichen dennoch: „Die Themen werden komplexer, eine gute Zusammenarbeit daher wichtiger. Wir müssen unsere Prozesse und Workflows ausbauen, um enger miteinander zu agieren. Asien ist für uns auch eine wichtige Stütze, um die deutschen Standorte zu sichern.“ Kleinere Teams, direktere Ansprechpartner und engerer Kontakt sind das Ziel der kommenden Monate: Ein Aufbrechen des „hier und drüben“, eine gemeinschaftliche Identifizierung, auch für den Kunden.







Alles in allem ist Jörg aber begeistert davon, wie sich junge Menschen aus unterschiedlichen Ländern zusammengefunden haben, um gemeinsame Ziele zu erreichen: „Da verlassen manche das Dorf im Münsterland, um in einer asiatischen Millionenstadt die Verantwortung zu übernehmen – und treffen auf wissbegierige Mitarbeiter, die richtig Lust haben, Teil von Laudert zu sein. Ich finde das toll.“ Nicht erst seit seinem Besuch zum 60-jährigen Laudert-Jubiläum mit großem Fest in Bangkok betont Jörg: „Ich habe die Mitarbeiter dort ins Herz geschlossen. Das Zusammengehörigkeitsgefühl der Kollegen vor Ort ist inspirierend.“



„ Da verlassen manche das Dorf im Münsterland, um in einer asiatischen Millionenstadt die Verantwortung zu übernehmen – und treffen auf wissbegierige Mitarbeiter, die richtig Lust haben, Teil von Laudert zu sein. Ich finde das toll.

**JÖRG REWER**

Geschäftsführender Gesellschafter





# NACHGEFRAGT



**René Ruppert**, Thailand



**Lisa Muddemann**, Vietnam



**Tobias Enkel**, Kambodscha

## Wie bist du zum Managing Director geworden?

Seit August bin ich Managing Director am Standort Bangkok, lebe aber schon ein paar Jahre in Asien. Nach einigen Jahren in einem anderen Medienunternehmen habe ich 2020 bei Laudert die Teamleitung Medienproduktion in Ho-Chi-Minh-Stadt übernommen. Das Laudert-Angebot, die Leitung in Bangkok zu übernehmen, habe ich gerne angenommen.

Ich bin noch recht „frisch“ in Vietnam. Offiziell bin ich seit dem 1. Januar Managing Director. Aufgrund der Pandemie, konnte ich aber erst Ende Februar einreisen. Als IT-Projektmanagerin kannte ich schon einige Kollegen aus Vietnam und hatte ein gutes Gefühl bei der Idee. Beruflich bekommt man so eine Chance nur selten, also habe ich Ängste beiseitegelegt und es einfach getan – zumal ich auch privat schon immer Interesse an asiatischer Kultur hatte.

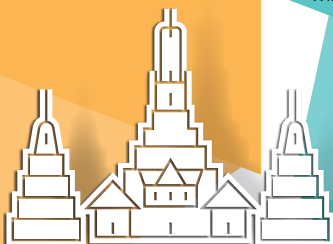
Ich lebe schon seit gut 15 Jahren in Asien. Zuerst war ich in Thailand, bin dann 2014 nach Kambodscha gezogen. 2019 habe ich für Laudert angefangen, den Standort in Bangkok zu leiten. Als im November Phnom Penh dazukam, betreute ich auch diesen Standort mit. Mit der Übernahme Bangkoks durch René kann ich mich nun in Vollzeit auf Phnom Penh konzentrieren.

## Was zeichnet das Leben rund um deinen Standort aus?

Ganz klar die „Leichtigkeit“ der Lebensweise. Und natürlich das gute Essen. Wobei sich diese Leichtigkeit wiederum nicht mit der Leichtigkeit deckt, an die man aus westlicher Interpretation heraus denkt: Ist man in Deutschland gerne ein paar Minuten früher in einem Termin, so ist hier 14:59 Uhr gerne mal immer noch 14:00 Uhr.

Das leckere Essen, der starke Kaffee und viele freundliche, hilfsbereite und herzliche Menschen. Gewöhnungsbedürftig waren für mich der Monsunregen, der ständige Lärmpegel, die Siesta, bei der tatsächlich kurz geschlafen wird und das bunte, blinkende Stadtbild bei Nacht, das man sich beim gemeinsamen Sundowner, wenn es kühler wird, anschauen kann.

Kambodscha ist ein großartiges Land mit faszinierender Kultur, die der thailändischen ähnlich ist. Im Vergleich zu Bangkok ist Phnom Penh ein Dorf – mit über 2,2 Mio. Einwohnern aber doch etwas größer als Vreden. In den letzten zehn Jahren hat sich Phnom Penh enorm entwickelt und es gibt kaum etwas, worauf man verzichten muss.







**René Ruppert**, Thailand



**Lisa Muddemann**, Vietnam



**Tobias Enkel**, Kambodscha

### Welche Herausforderungen siehst du in der Zusammenarbeit der asiatischen und deutschen Standorte?

Die Zeitverschiebung. Wird in Deutschland angefangen zu arbeiten, ist hier der halbe Tag schon vorbei. Treten dann technische Probleme auf, kann es schon mal zum kleinen Verzug kommen – bei eiligen Jobs wird es dann öfter mal „sportlich“. Aber in der Regel schaffen wir das.

Die Zeitverschiebung ist eine davon, etwa um Termine mit den deutschen Standorten zu finden. Aber auch in Deutschland unvorstellbare Herausforderungen wie tropfende Dächer in der Regenzeit treten hier auf. Auch als Netzwerktechniker mit dem IT-Support aus Deutschland am Ohr habe ich mich schon ertappt.

Die Zeitverschiebung ist Herausforderung und größter Vorteil zugleich. Einerseits können Rückfragen vielleicht nicht direkt beantwortet werden, andererseits haben wir aber schon viel abgearbeitet, wenn die Kollegen in Deutschland morgens gerade ihre Arbeit aufnehmen.

### Wie ist der Umgang untereinander?

Wir pflegen einen freundschaftlichen, aber professionellen Umgang miteinander. Die flachen Hierarchien werden angenommen, sodass wir uns alle mit Vornamen anreden und entspannt zusammenarbeiten können.

Der Umgang untereinander ist ausnahmslos freundlich und hilfsbereit. Und auch wenn wir flache Hierarchien bei Laudert leben und pflegen möchten, so ist das Denken in Hierarchien aufgrund der Arbeitskultur doch etwas stärker verankert.

Der Umgang ist sehr familiär. Mitarbeiter helfen und unterstützen sich gegenseitig, wann immer sie können – was sicher auch durch die Kultur geprägt ist. Viele Mitarbeiter unternehmen auch in der Freizeit verschiedene Dinge zusammen. →





**René Ruppert**, Thailand



**Lisa Muddemann**, Vietnam



**Tobias Enkel**, Kambodscha

## Gibt es kommunikative Herausforderungen?

Mitarbeiter in Führungspositionen sprechen in der Regel Englisch, was aber nicht für jeden Mitarbeiter gilt. Im Zweifel werden die klassischen Instrumente angewandt: Google Translate, Hände und Füße. „Et hätt noch immer jot jejeange“, wie man in meiner Heimat so sagt ...

Viele der Mitarbeiter sprechen Englisch, aber nicht ausnahmslos alle. Und jeder spricht ein wenig mit seinem Heimat-akzent – auch die deutschen Mitarbeiter. Aber mit ein bisschen Gewöhnung geht das für beide Seiten. Die Kommunikation bekommen wir auf jeden Fall hin!

Fast jeder hier verfügt eigentlich über einen kleinen Basis-Wortschatz in Englisch, der um Hände und Füße erweitert werden kann. Die Mitarbeiter in den Kernpositionen sprechen ziemlich gut Englisch. Und während andere ihr Englisch verbessern, mache ich dasselbe mit Khmer.

## Fühlen sich deine Mitarbeiter als „Teil von Laudert“?

Sicher wird das anders hier verstanden als in Deutschland, was auch an Distanz und Sprachbarriere liegt, oder an anderen kulturellen Gegebenheiten. Wir versuchen aber, das „Laudert Feeling“ hier vorzuleben, und merken, dass die Kollegen sich damit wohlfühlen.

Ja. In einem Gespräch sagte ein Mitarbeiter vor kurzem zu mir: „Seit ich vor zwei Jahren zu Laudert kam, fühle ich mich einfach sauwohl. Meine Kollegen sind nett, lustig, und ich bin so stolz Teil des Laudert-Teams zu sein.“

Kambodscha ist noch ein relativ junger Standort, aber wir sind auf gutem Weg dahin. Vor allem der direkte Austausch der Mitarbeiter mit den anderen Standorten fördert das Zusammengehörigkeitsgefühl.





## ” Interview mit Chanikarn

Ein prägender Kopf für die asiatischen Standorte

2013 stieß Chanikarn Pluemkhit als Produktionsleiterin ins Team in Bangkok. Für viele Mitarbeiter, auch in Deutschland, war sie als Schnittstelle zwischen Asien und Deutschland ein bekanntes Gesicht. Wir haben mit ihr gesprochen.

**Chanikarn, viele Jahre warst du bei uns tätig und als Produktionsleiterin eine prägende Figur im Aufbau der Beziehungen zwischen den asiatischen und deutschen Standorten. Was hat den Job für dich so spannend gemacht?**

Als ich ankam, war ich recht unerfahren. Es war unglaublich spannend, jeden Tag etwas Neues zu lernen. Neben meinen Aufgaben im Bereich Photoshop und Retusche eignete ich mir Management-Skills an, die mich verstehen ließen, wie man Probleme gemeinsam mit den Menschen lösen kann. Wichtig ist es, auf allen Seiten für Verständnis zu sorgen. Und so ganz nebenbei konnte ich meine Deutschkenntnisse mit dem Job verbessern. Das hat Spaß gemacht.

**Mit deiner Arbeit hast du großen Anteil am Erfolg unserer Zusammenarbeit zwischen deutschen und internationalen Standorten. Was bedeutet dir das?**

Es bedeutet mir sehr viel. Ich hätte mir nicht vorstellen können, dass ich eine so große Rolle beim Erfolg spielen würde. Ich wollte immer mein Bestes geben. Ich freue mich sehr, dass meine Vorhaben und mein Bemühen gut funktioniert haben.

**Mittlerweile hast du deine Karriere geändert. Wie geht es dir, was machst du?**

Mir geht es gut! Ich bin gerade dabei, einen jahrelangen Traum zu verwirklichen und Bäckerin zu werden. Der eine oder andere Mitarbeiter hat vielleicht damals schon einen meiner Kuchen probiert. Obwohl noch nicht alles geschafft ist, ist ein Anfang gemacht: Ich verkaufe Kuchen über meinen Online-Shop. Auf Instagram findet ihr mich unter @bakemi.bakery. Schritt für Schritt setze ich meinen Traum von meinem Haus in Pathumthani aus in die Wirklichkeit um. ■



# Remmers: hoch automatisierter Etikettendruck

Laudert etabliert stringente Workflows fürs Dynamic Publishing

**12.000**  
Druckdaten



Über 12.000 Druckdaten für 1.000 Artikel: Remmers ist für seine Farben und Lacke international bekannt. Gemeinsam mit Laudert hat das Unternehmen auf Basis der print:suite seinen Etikettendruck automatisiert, um sich den ständig ändernden Kennzeichnungspflichten und Rezepturänderungen anzupassen. Ein Paradebeispiel für die Wirksamkeit von Dynamic Publishing.







1949 gegründet, ist das Familienunternehmen Remmers mit seinen 15 eigenständigen Tochtergesellschaften und Vertriebsagenturen in über 30 Ländern spezialisiert auf die Herstellung bauchemischer Produkte, Holzfarben und -lacke sowie Industrielacke. Rund 1.500 hochqualifizierte Fachkräfte werden dafür beschäftigt.

### HOHER HÄNDISCHER AUFWAND

Um beim Etikettendruck für die eigenen Produkte auch auf kurzfristige Änderungen an Rezeptur oder gesetzlichen Vorgaben reagieren zu können, wurde der Etikettendruck in einen hoch automatisierten Workflow überführt. Wichtigste Zielsetzungen: Zeitersparnis im Vergleich zum Vorgängerprozess und eine hohe Produktionssicherheit bei gleichzeitiger Fehlerminimierung.

Die nötigen Informationen für die Etiketten hält Remmers in einem PIM-System vor. Von dort wurden sie bisher per Drag & Drop manuell in die entsprechenden Dokumente transferiert und händisch platziert. Ein unglaublicher Aufwand: Auszeichnungspflichtige Inhaltsstoffe, Gefahrenhinweise, Farbtöne, Hintergründe, Icons, automatisch generierte QR-Codes, Angaben zu Exporttöchtern und vieles mehr ist auf den Etiketten zu platzieren – und das in elf Sprachen.





” Dank der Automatisierung macht unsere Etikettenproduktion richtig Spaß. Die Zeit, in der das Damoklesschwert über der Remmers-Druckvorstufe hing, ist vorbei – ebenso die Zeit von Copy & Paste, die zu fehlerhaften Etikettenproduktionen führte.

**ANDRÉ BIAS**

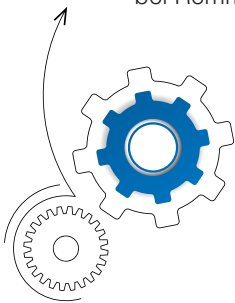
Leiter Druckvorstufe/Druckerei bei Remmers



**WAS DIE AUTOMATISIERUNG FÜR REMMERS BEDEUTET**

André Bias, Leiter Druckvorstufe / Druckerei bei Remmers, betont: „Dank der Automatisierung macht unsere Etikettenproduktion richtig Spaß. Die Zeit, in der das Damoklesschwert über der Remmers-Druckvorstufe hing, ist vorbei – ebenso die Zeit von Copy & Paste, die zu fehlerhaften Etikettenproduktionen führte.“

Durch die stringenten Workflows, den hohen Automatisierungsgrad, die Möglichkeit, schnell und unkompliziert auf Marktveränderungen reagieren zu können und die hohe Produktionssicherheit bei gleichzeitig enorm geringer Fehleranfälligkeit ist auch die Akzeptanz durch die Mitarbeiter gegeben. Und weil es so gut funktioniert, wird auch der Druck von Broschüren mittlerweile auf Basis von ähnlicher, von Laudert implementierten, Workflows durchgeführt. ■



**INTELLIGENTE ETIKETTEN-LOGIK**

Wer Etiketten auf Farbeimern kennt, weiß um deren Komplexität. Entsprechend anspruchsvoll sind die Logiken, die in der print:suite zur Erstellung der Dokumente beitragen. Die vollautomatisierte Template-Steuerung berücksichtigt dabei unter anderem die exakte Positionierung, Schriftgrößen in Abhängigkeit zu Gebindegrößen, Seitenwechsel, Textumlauf und Bildplatzierungen. Auch der unterschiedliche Textlauf in den verschiedenen Sprachen spielt eine entscheidende Rolle und wird automatisch mit einkalkuliert.

Einzigste Ausnahme zur Vollautomatisierung stellen Kleinst-Margen und Sonderprodukte dar. In diesen seltenen Ausnahmefällen wird auf eine Teilautomatisierung gesetzt, um den Etikettenaufbau dennoch bestmöglich zu unterstützen.

**Vorteile:**

- ✓ Hoher Automatisierungsgrad
- ✓ Möglichkeit, schnell und unkompliziert auf Marktveränderungen reagieren zu können
- ✓ Hohe Produktionssicherheit
- ✓ Extrem geringe Fehleranfälligkeit

# Mit der Location-Fotografie von Morgen on Tour

Virtual Studio-Roadshow begeistert Teilnehmer



## SO VERLIEF DIE TOUR



**Vier Termine, vier Locations, entspannte Atmosphäre und eine ganz besondere Technologie: Mit der Roadshow zum Virtual Studio by Laudert brachte das Home of Media die Location-Fotografie von Morgen live in die Republik – und so manchen Teilnehmer zum Staunen.**

In nur einem Monat von Hamburg über Bad Waldsee und Vreden bis nach Berlin: Dass die Veranstaltung überhaupt in so engem Zeitrahmen an vier Standorten in ganz Deutschland über die Bühne gehen konnte, ist schon ein erster Hinweis darauf, wie außergewöhnlich das Virtual Studio by Laudert ist. Eine schlanke Technologie, die virtuelle und reale Welten in Echtzeit verschmelzen lässt.

Text und Foto: Laudert, Adobe Stock



## STUDIOS

Begleitet wurde die Roadshow an allen Standorten durch kurze Präsentationsbeiträge zur Technologie. Im Mittelpunkt stand aber das Live-Shooting mit Model: Sowohl in einer atemberaubenden Berglandschaft Neuseelands als auch in der sonnigen Szenerie eines Beach-Clubs wurde geschootet, was das Zeug hält. Ein Einblick in das, was die Technologie für Shootings von Morgen verspricht: unabhängige, flexible Shootings aus dem Studio heraus in der ganzen Welt. Interaktive Teilnahme war zudem erwünscht: Wer wollte, konnte selbst per VR-Brille in die virtuellen Szenen eintauchen oder sich als Model versuchen und erhielt das ausgearbeitete Bild im Nachgang.

Für viele Teilnehmer war die Roadshow eine spannende Erfahrung. Nicht wenige äußerten Erstaunen darüber, dass die Fotografie sich bereits so weit entwickelt hat. Entsprechend ergaben sich bei Snacks und Getränken spannende Gespräche über Unternehmen und Branchen hinweg: Networking wurde auch bei der Roadshow großgeschrieben.

” Das Virtual Studio ist eine sehr interessante, coole Technologie, in der großes Potenzial für viele Branchen wie Fashion, Interieur und Industrie steckt.

### **BETTINA DANIEL**

Senior Marketing Managerin Corporate Publishing,  
Gerhard D. Wempe GmbH & Co. KG



STUDIOS

**Rückblick**

# Virtual Studio: die Roadshow

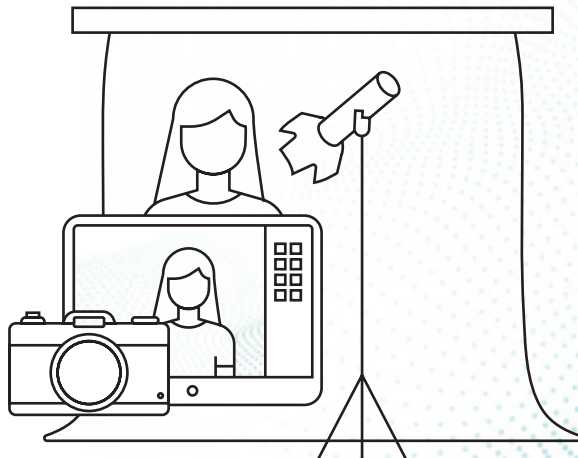




„Unabhängig von Ort und Uhrzeit oder gar Jahreszeiten zu shooten, ist sehr spannend. Und das bei quasi freier Location-Wahl. Ich hätte nicht gedacht, dass die Fotografie schon so weit ist. Beeindruckend ist es auch, die Visualisierung des Models in der Location bereits direkt als Vorschau zu sehen.

### JACQUELINE FLEER

Junior Onsite Marketing Managerin,  
BRAX Leineweber GmbH & Co. KG



**Der QR-Code  
bringt Sie  
direkt zum  
Video.**

## LIVE-FOTOGRAFIE IM 3D-SETTING: DAS VIRTUAL STUDIO BY LAUDERT

Das Virtual Studio by Laudert ist eine eigens im Home of Media entwickelte Technologie, die es ermöglicht, ein reales Motiv in Echtzeit in eine virtuelle Welt zu integrieren. Dabei koppelt ein intelligentes Tracking-System die Bewegung der realen Kamera durch den Fotografen im Studio mit der virtuellen Kamera im 3D-Milieu. Die Technologie ist dabei so konzipiert, dass im Nachhinein durch eine High-End-Rendersoftware die finale Bildqualität merklich erhöht werden kann. Das Besondere: Für die Aufnahme ist weder eine LED-Wand noch ein Greenscreen nötig: Mehr Flexibilität, kein Greenspill.

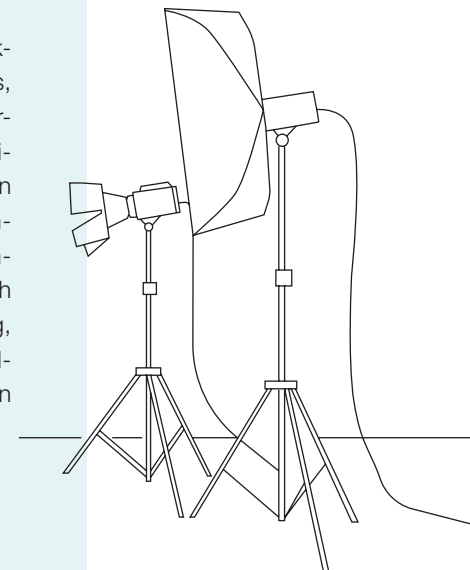


## DIE VORTEILE DES VIRTUAL STUDIO AUF EINEN BLICK

- Uneingeschränkte Perspektiven
- Location-Nutzung zu jeder Zeit garantiert, auch an verschiedenen Locations am selben Tag
- Wunschwetter an jedem Tag im Jahr
- Keine Einschränkungen oder Qualitätsverluste wie bei der LED- oder Greenscreen-Technologie
- Keine Abhängigkeit von Warenverfügbarkeit
- Shooting-Tage entzerrt und spontan planbar
- Ein Studio für den gesamten Bild-Bedarf – in Nord-, Süd-, Ost- oder Westdeutschland
- Layout kann direkt starten
- Patch-Kataloge entstehen rein digital
- Mehrfachnutzung virtueller Locations
- Flexibler Requisiten-Einsatz

## MIT VIRTUAL STUDIO ZU WENIGER CO<sub>2</sub>-AUSSTOSS

Geringe Reise- und Logistikaufwände für Ware, Models, Crew und Equipment: Das Virtual Studio besticht durch seine klimafreundliche Produktion im Vergleich zum On Location-Shooting. Die genaue Gegenüberstellung unterscheidet sich von Shooting zu Shooting, aber anhand einer Beispielrechnung möchten wir einen ersten Überblick geben:





## STUDIOS



	<b>ON LOCATION-SHOOTING KAPSTADT CO<sub>2</sub>-Ausstoß*</b>	<b>VIRTUAL STUDIO-SHOOTING HAMBURG CO<sub>2</sub>-Ausstoß*</b>
An- und Abreise Model aus Brasilien: <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Flugdistanz (Business Class)</li> <li>■ Beförderung Flughafen – Set (KFZ)</li> </ul>	<b>5,29 t</b> (für 12.400 km) <b>0,02 t</b> (bei 100 km)	<b>7,45 t</b> (für 17.400 km) <b>0,02 t</b> (für 100 km)
An- und Abreise Crew aus Hamburg: <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Laudert HH – Flughafen</li> <li>■ Flugdistanz (Business Class)</li> <li>■ Beförderung Flughafen – Set (KFZ)</li> </ul>	<b>&lt; 0,00 t</b> (bei 10 km) <b>41,85 t</b> (bei 97.800 km) <b>0,02 t</b> (bei 60 km)	
Crewgröße (exkl. Model)	5 Personen	5 Personen
CO <sub>2</sub> -Ausstoß Rendraufwand CGI		<b>0,02 t</b>
<b>CO<sub>2</sub>-Ausstoß</b>	<b>47,17 t</b>	<b>7,48 t</b>
<b>Kosten in EU-Emissionsrechten (84 EUR pro t)</b>	<b>3.302,06 EUR</b>	<b>523,72 EUR</b>

\* Dieses Beispiel bedient sich durchschnittlicher, geschätzter Werte, die im Einzelfall noch konkretisiert werden müssen.  
Die Grundlage der CO<sub>2</sub>-Wertberechnung finden Sie hier: <https://you.climatepartner.com/de/> & [umweltbundesamt.de](https://umweltbundesamt.de)

## STUDIOS

# ON LOCATION VS. VIRTUAL STUDIO:

Im direkten Vergleich:  
Das On Location-  
Shooting und das  
Virtual Studio by  
Laudert

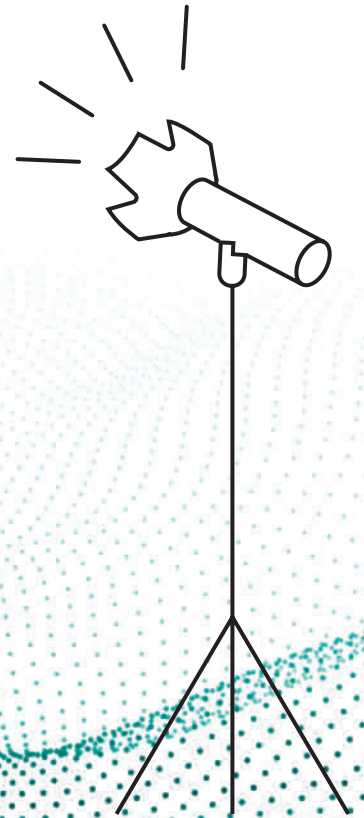
### ON LOCATION

- ✓ Freie Perspektivwahl
- ✓ Hohe Bildqualität (dank einer finalen Aufnahme)
- Shooting-Tage lange im Voraus definiert
- ✗ Keine Mehrfachnutzung der Location ohne Reiseaufwand möglich
- Flexibler Requisiteneinsatz möglich, aber aufwändig
- Hoher Logistik- und Reiseaufwand
- ✗ Wetterabhängig (Shooting-Umsetzung und -Ausführung mit Risiko behaftet)
- Locationwechsel nur mit Aufwand möglich
- Locationauswahl begrenzt, hoher Aufwand durch Locationscouting im Vorfeld
- Korrekturen und Anpassungen der Szene/Location nur direkt während des Shootings möglich
- ✓ Schlanker Setaufbau ohne Modelpositionierung (Sitzhöhe etc.)
- E-Commerce-Shooting parallel möglich, aber aufwändig (Organisation, Zeit, Kosten, Qualität)
- Kleine Set-Crew, aber weiteres Personal notwendig (Fahrer, Runner, Assistenten)



## VIRTUAL STUDIO

- ✓ Freie Perspektivwahl
- ✓ Hohe Bildqualität durch die Symbiose von realen und virtuellen Elementen
- ✓ Shooting-Tage entzerrt und spontan planbar
- ✓ Mehrfachnutzung der Location möglich (durch kleine Anpassungen und Perspektiven verändert sich die Location stark)
- ✓ Flexibler Requisiteneinsatz
- ✓ Geringer Logistik- und Reiseaufwand
- ✓ Wetterunabhängig
- ✓ Schneller Locationwechsel möglich
- ✓ Keine Grenzen in der Locationauswahl (von eigener Welt zu bestehenden Räumen)
- ✓ Korrekturen und Anpassungen der Szene/Location auch nach dem Shooting möglich
- ✓ Schlanker Setaufbau
- ✓ E-Commerce- und Location-Shooting unmittelbar zusammen möglich
- ✓ Kleine Set-Crew

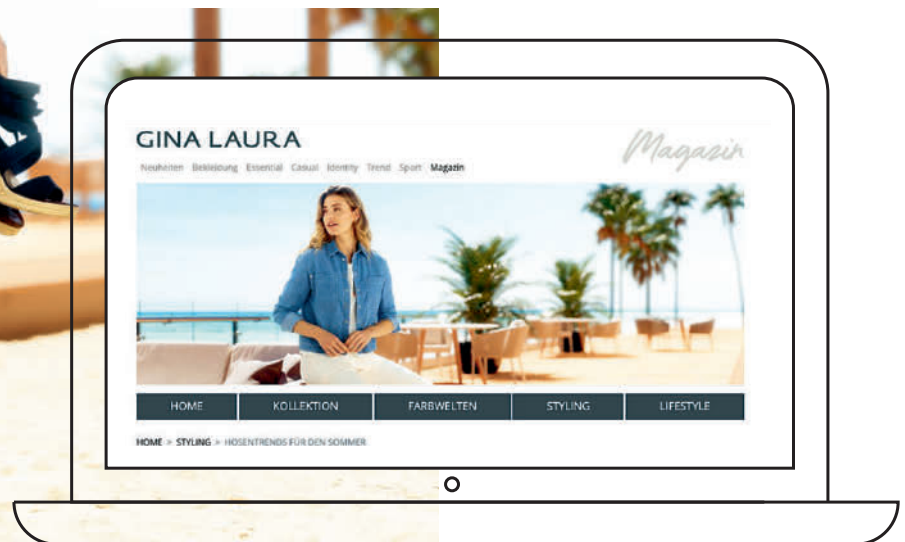




” Gerade für surreale Welten und Produktionsorte, welche aufgrund zu hohen Aufwands oder zu hoher Kosten nicht darstellbar sind, stellt die Virtual Production eine sehr gute Ergänzung oder Alternative zur Location-Fotografie dar.

**JULIAN SINGER**

Director of Photo Production, Popken Fashion Group



**Auch auf der Webseite im Einsatz:  
Die Virtual Studio-Shootings von GINA LAURA im  
einheitlichen, glanzvollen Look.**





GINA LAURA



### **UNSERE TECHNOLOGIE IST STARTKLAR – SIND SIE ES AUCH?**

Wir freuen uns darauf, gemeinsam mit Ihnen Ihren möglichen Anwendungsfall zu besprechen oder Ihnen das Virtual Studio noch einmal in kleinerer Runde zu präsentieren. Kommen Sie gerne auf uns zu. ■

### **Ihr Ansprechpartner für das Thema Virtual Studio**

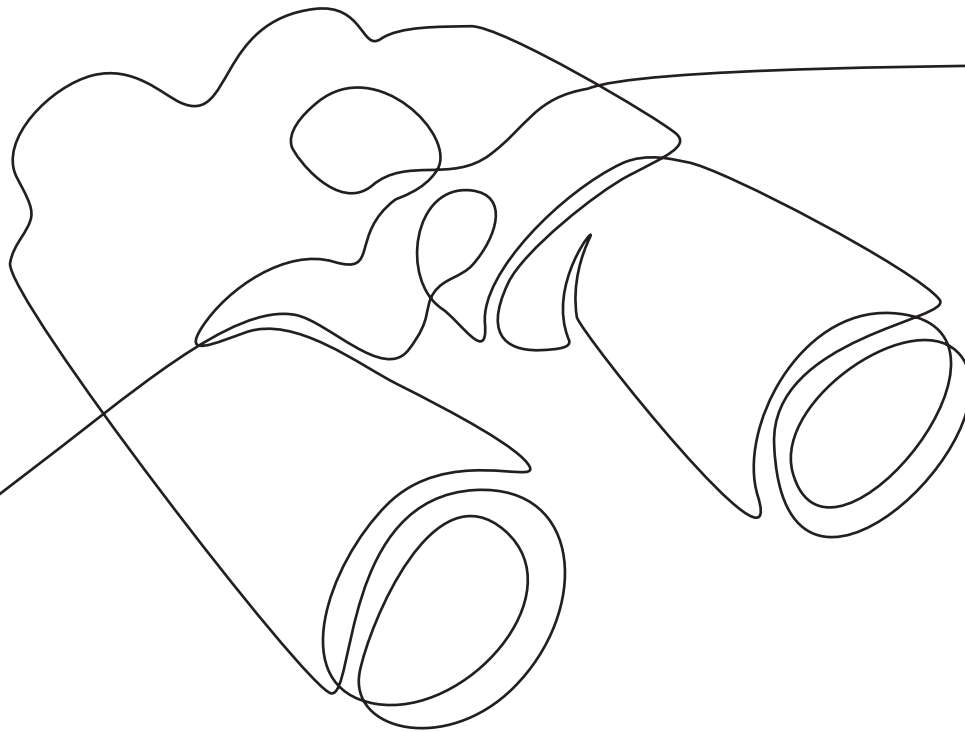


### **Dirk Lütjenhuis**

Telefon: +49 2564 – 919 – 339

E-Mail: [d.luetjenhuis@laudert.com](mailto:d.luetjenhuis@laudert.com)

# Der Blick macht die Perspektive



Text: Laudert, Fotos: Laudert, Adobe Stock

Was sich aus vielen Jahren  
Consulting für ein Unternehmen  
mit einem breiten Angebot  
wie Laudert herauslesen lässt?



**IT-Consultant Thorsten Hamann wirft einen Blick auf die Meta-Ebene und identifiziert drei übergreifende Erfolgsfaktoren – die sich widersprechen. Ja was denn nun, Thorsten?**

### **EINER DER GRÜNDE, WARUM MIR DIE ARBEIT BEI LAUDERT BESONDERS SPASS MACHT, IST DIE UNGLAUBLICHE VIELFALT DER THEMEN, MIT DENEN WIR UNS BESCHÄFTIGEN.**

Wir erstellen Content für alle Touchpoints, beraten rund um Medien, Businessprozesse und Datenworkflows, implementieren nicht nur PIM/DAM und E-Commerce, sondern auch Dynamic Publishing für Wochenprospekt bis Katalog oder Programmatic Printing für die hypersonalisierte Print-Ansprache.

Jede unserer Dienstleistungen kommt mit ihren eigenen Herausforderungen daher, und unsere über 600 Mitarbeiter bringen die Expertise für jede noch so nischige Anforderung mit. Das macht einfach Laune. Unser Ansatz ist dabei immer eine ganzheitliche Kundenbetreuung, weshalb an jedem Projekt immer mehrere Abteilungen zusammenarbeiten, um dem Kunden das optimale Ergebnis zu liefern.

Dadurch eröffnen sich uns auch sehr besondere Einblicke und Perspektiven, die nur wenige Unternehmen haben. Wir sind in der Lage, in eine Meta-Ebene zu blicken und übergreifend zu analysieren, welche Erfolgsfaktoren und Strategien nicht nur allgemeingültig sind, sondern sich bei Laudert alltäglich bewähren und weiterentwickeln. Beispiele gefällig?



**Thorsten Hamann**  
**IT-Consultant**

### **ERFOLGSFAKTOR 1: NEBENLÄUFIGKEIT NICHT BLOSS WAGEN, SONDERN AUF DIE SPITZE TREIBEN**

Nehmen wir das klassische Thema der Content-Produktion für ein neues Produkt. Einkauf, Produktentwicklung oder Produktmanagement haben im ERP das neue Produkt erstellt. Außer EAN, Artikelnummer und einer Handvoll Stammdaten ist aber noch nichts vorhanden. Um das Produkt an den Markt zu bringen, muss Content her: Fotos für E-Commerce, Inszenierungen für Print- und Online-Kampagne, Texte und Artikelbeschreibungen für diverse Kontexte in x Sprachen, Erfassung technischer Daten oder Übernahme aus Vor-Systemen und so weiter und so fort.

Eine ganze Batterie einzelner Prozesse, die durchlaufen werden müssen, bis das Produkt schick glänzend im Online-Shop zu bestellen ist. Wie organisiert man das am besten? Meistens ist das die Stelle, an der über Workflows gesprochen wird, obwohl das eigentlich nicht der korrekte Begriff ist. Klassische Workflows definieren Reihenfolgen und Abhängigkeiten von Tätigkeiten. Und während hier natürlich Abhängigkeiten bestehen – man kann keinen Text übersetzen, der noch nicht existiert – ist die Reihenfolge der Tätigkeiten kaum relevant. Hauptsache, alles kommt schnellstmöglich zusammen. Consultants sprechen hier von Kollaboration, Informatiker von Nebenläufigkeit, und sie nicht bloß widerstrebend zu wagen, sondern zu umarmen und mit ihr loszulaufen, ist einer der wichtigsten Erfolgsfaktoren im Content.

Je mehr Content produziert werden muss, umso wichtiger ist gelebte Nebenläufigkeit. Wenn Sie einzelne Content-Fragmente als Aufgaben an einzelne Mitarbeiter verteilen, und vielleicht sogar noch von Hand priorisieren, haben Sie nachhaltig sichergestellt .... dass ihr Content-Prozess zusammenbricht, sobald Druck auf den Kessel kommt. Hochvolumige Content-Produktion funktioniert dann reibungslos, wenn der stetige Strom benötigten Contents dynamisch über Live-Suchen und Dashboards auf die Content-Teams verteilt wird, die sich die Arbeitspakete unabhängig voneinander greifen und abarbeiten. Muss tatsächlich priorisiert werden, ist das immer noch möglich. In der Regel nimmt man durch dynamisches Arbeiten aber so viel Tempo auf, dass Priorisieren nicht mehr notwendig ist.



# 2

## ERFOLGSFAKTOR 2: GROSS DENKEN MIT GUTEM CHANGE MANAGEMENT

Im Consulting geht es häufig darum, schon lange bestehende und wild gewachsene Prozesse zu analysieren und effizienter zu machen. Anlass für solche Consulting-Projekte sind in der Regel konkrete Einzelprozesse, die so schmerzhaft geworden sind, dass selbst das größte Konzernschiff oder der meinungsstärkste Inhaber nicht mehr umhinkommen, die Notwendigkeit einer Veränderung anzuerkennen und sie auch tatsächlich anzuschieben.

In der Analyse stellt man dann schnell fest, dass nicht nur der Prozess selbst, sondern auch das Drumherum massiv zum Schmerz beiträgt. Ich persönlich spreche dann gerne von Prozessknäueln, und sie bestehen immer aus mehreren verhedderten Fäden. Der Horizont dessen, was verändert werden müsste, und die Anzahl der Stakeholder explodiert potenziell. Der Reflex der meisten Kunden ist dann, das Scope möglichst klein zu halten, damit das Projekt bewältigbar bleibt.

Die Erfahrung zeigt, dass die meisten Veränderungen nicht an Technik oder Prozessen scheitern, sondern an Veränderungswiderständen der beteiligten Menschen. Viele virtuelle Regalmeter Fachliteratur zum Thema Change Management beschäftigen sich mit nichts anderem als der Frage, wie man diese Widerstände am besten auflöst, und das hat gute Gründe: Die Antwort ist für jedes Unternehmen und jeden Menschen eine andere. „Jede Jeck is‘ anders“, wie wir im Rheinland sagen.

Die Wahrheit ist aber auch: Viele Unternehmen unterschätzen ihre eigene Fähigkeit zur Veränderung, und wie weit gutes Change Management die Grenzen verschieben kann. Deswegen ist der zweite Erfolgsfaktor, die Veränderung lieber größer zu denken und die Mitarbeiter dabei zu begleiten, wie sie selbst entdecken, was sie alles können – und dass niemandem der Himmel auf den Kopf fällt, nur weil jetzt nicht mehr zehn Leute das Modelfoto schön finden, sondern nur noch einer. Auf diese Art und Weise kann man mit etwas Geduld und vielen kleinen Verbesserungen auch mal in anderthalb Jahren gut begleiteter Veränderung sechs Wochen Prozesslaufzeit auf drei Werktage reduzieren. Das ist natürlich ein Extrembeispiel, aber eben auch ein Beleg dafür, was mit gutem Change Management alles möglich ist.



„ Jede Jeck is‘ anders, wie wir  
im Rheinland sagen.

**THORSTEN HAMANN**  
IT-Consultant





# 3

### ERFOLGSFAKTOR 3: FIT-TO-STANDARD – DER „EHDA-NUTZEN“

In IT-Projekten drehen sich Scoping und Konzeptionsphase häufig um die Frage, wie viele der Anforderungen die ausgewählte Lösung schon von Hause aus mit Bordmitteln erfüllt, welche mit ein bisschen Geklicke oder einer kleinen Textdatei hier und da, und was individuell entwickelt werden muss. Letztere sind normalerweise die teuersten Anforderungen, und auch die komplexesten.

Aus genau diesem Grund sind es auch die Anforderungen, die wir am stärksten hinterfragen, und zwar aus zwei Gründen:

Erstens ist unser Anspruch immer, dass der Nutzen unseres Tuns auch die Kosten rechtfertigt. Es macht schlicht keinen Sinn, mehr als ein paar Euro für das Hinzufügen eines mundgemalten Knopfes auszugeben, den vielleicht ein Mitarbeiter ein paarmal im Jahr drückt, um jeweils 30 Sekunden zu sparen.

Zweitens sind hochspezifische Anforderungen häufig ein Zeichen dafür, dass sich jemand eine Menge Gedanken dazu gemacht hat, wie ein Ziel zu erreichen ist, und nach

genug Iterationen eine Anforderung herausfällt, die so speziell und aufwändig ist, dass nicht einmal mehr zu erkennen ist, welches Problem hier genau gelöst werden soll. In diesem Fall ergibt sich im Gespräch oft, dass die IT-Lösung schon Bordmittel mitbringt, die die Anforderung ganz ohne Entwicklungskosten erfüllen.

Oft gibt es auch Standard-Funktionalität, bei der das Geforderte zwar nicht bis ins allerletzte Detail erfüllt wird, aber größtenteils. So wird beispielsweise das Tagesgeschäft völlig ermöglicht und nur eine Handvoll Sonderfälle, die dreimal im Jahr vorkommen (oder bei zehn Produkten oder auf fünf Katalogseiten von Tausenden) nicht mit abgedeckt. In diesen



Fällen empfehlen wir Fit-to-Standard, also das Vorhandene zu nutzen und dann in der Praxis festzustellen, ob die Sonderfälle tatsächlich so häufig auftreten, dass sich eine Individualentwicklung lohnt.

In Summe ist Fit-to-Standard statt Overengineering ein verlässlicher Faktor für deutlich schnellere und günstigere Implementierung, und für uns einer der nachhaltigsten Erfolgsfaktoren. Man kann sagen, dass man mit Fit-to-Standard einen „Ehda-Nutzen“ erzielt – man nutzt, was eh da ist.



### **PLOT TWIST: ALLE DREI ERFOLGSFAKTOREN FUNKTIONIEREN IN ALLEN BEREICHEN!**

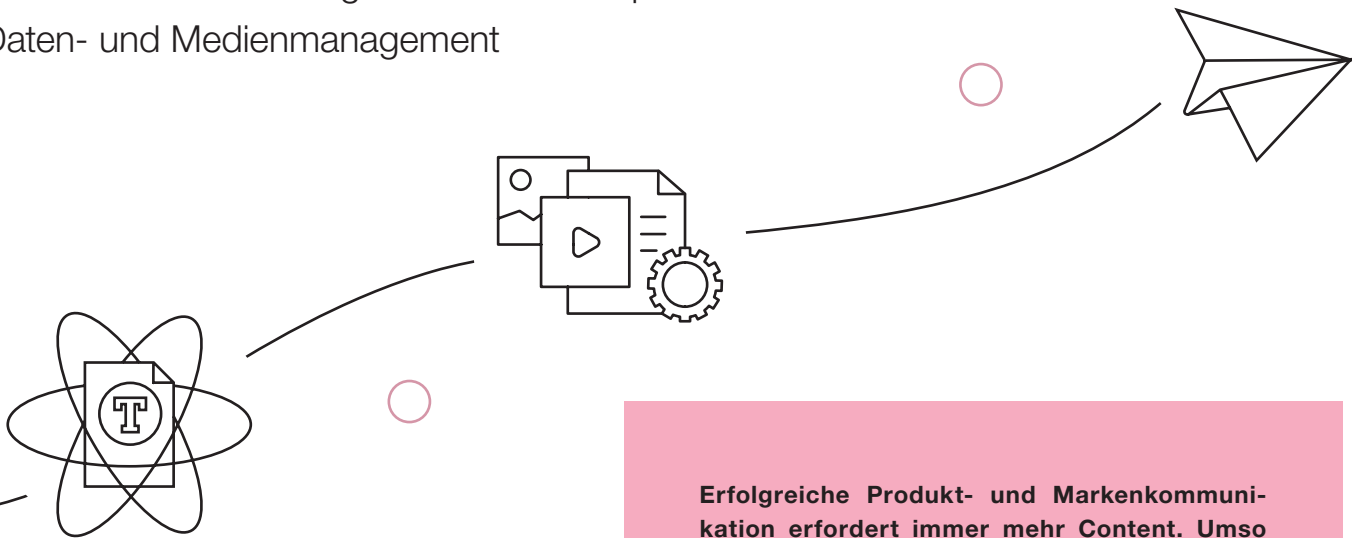
Jeder dieser drei Erfolgsfaktoren – Nebenläufigkeit durchziehen, gutes Change Management und „Ehda-Nutzen“ – lässt sich fast nahtlos auf alle Arten von Projekten anwenden und ist nicht auf die beschriebenen Bereiche beschränkt. Alles, was es braucht, ist etwas Gespür, um sie universell in fast jedem Kontext zur nutzen.

Und wem beim Lesen dann doch irgendwie das Gefühl von Widersprüchlichkeit überkam: Ja, es mag auf den ersten Blick als Gegensatz erscheinen, wenn wir gleichzeitig empfehlen, größer, mächtiger, umfassender zu denken, während wir andererseits eine pragmatische Herangehensweise predigen, die

Vorhandenes nutzt, anstatt neue Baustellen zu eröffnen. Genauer betrachtet sind es aber zwei Seiten derselben Münze. Sie beißen sich nicht, sondern wirken komplementär. Eine Erkenntnis, die wir bei Laudert aus vielen Jahren enger Zusammenarbeit über Kompetenzen und Gewerke hinweg herauslesen. Nutzen Sie unsere besondere Perspektive und fordern Sie uns heraus. Unlösbare Probleme mögen wir am liebsten! ■

# Content-Services: Expertise rund um Daten, Assets und Text

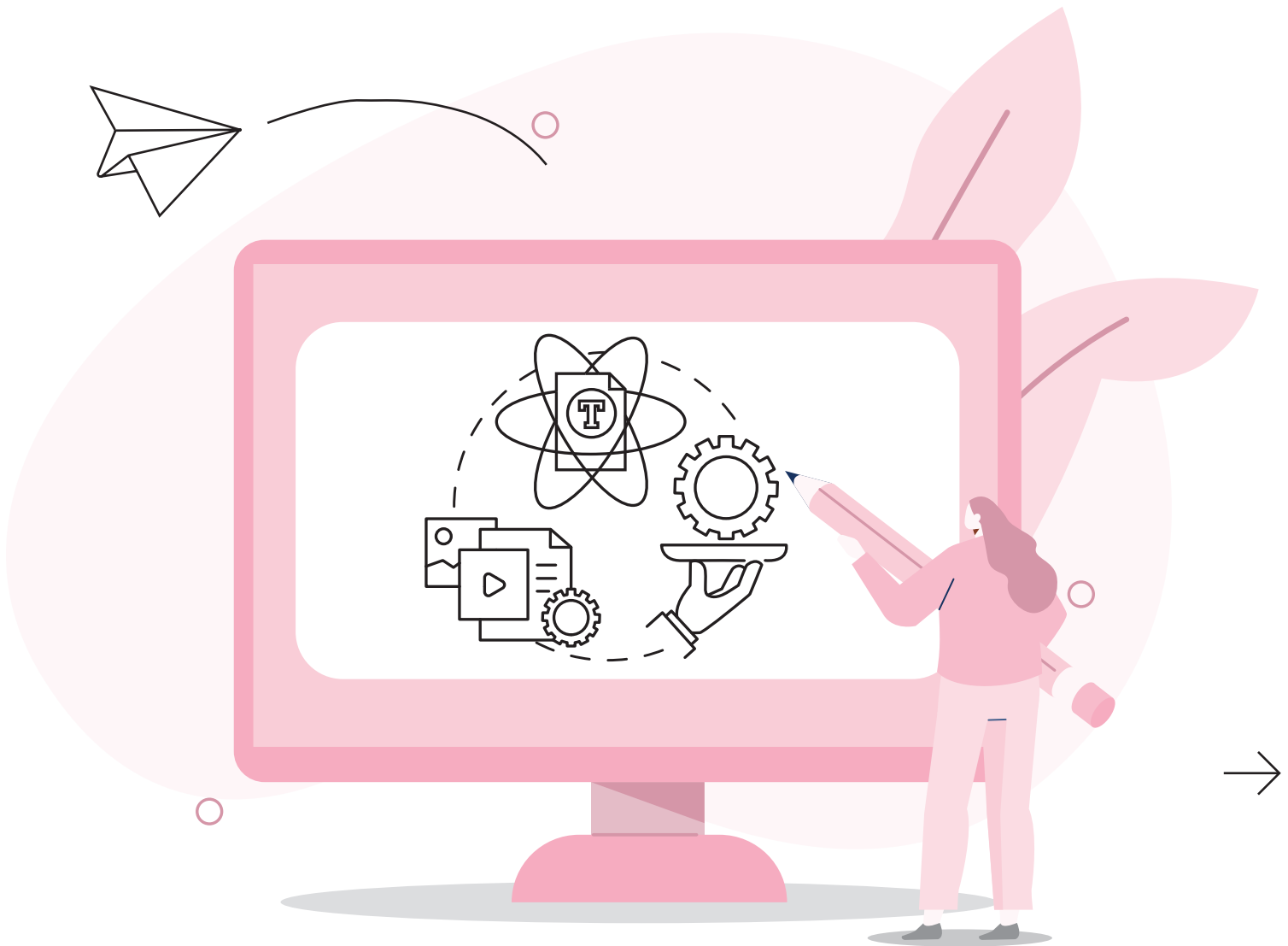
Neue Laudert-Abteilung befasst sich mit professionellem  
Daten- und Medienmanagement



**Erfolgreiche Produkt- und Markenkommunikation erfordert immer mehr Content. Umso wichtiger ist es, Daten, Assets und Texte in ein erfolgreiches und sauberes Content-Management zu überführen. Um Unternehmen bei dieser vielschichtigen Aufgabe in sämtlichen Bereichen zu unterstützen, hat der Medien- und IT-Dienstleister Laudert ein eigenständiges Team mit zusätzlichen Kapazitäten gegründet.**



## MEDIEN-DIENSTLEISTUNGEN



### DAS CONTENT-SERVICES-TEAM IST AUF DREI ÜBERGREIFENDE BEREICHE SPEZIALISIERT:



# 1



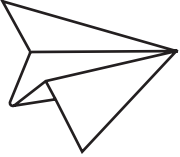
Das **Datenmanagement** beschäftigt sich mit der ganzheitlichen und effizienten Organisation von Daten. Datengenerierung, Anreicherung, Migration und Integration von Daten sind dabei ebenso Arbeitsbereiche wie Korrektur fehlerhafter und Verbesserung bestehender Datensätze – sowohl manuell als auch teil- und vollautomatisiert.

Die **Asset-Services** befassen sich mit der strukturierten Aufarbeitung und Verwaltung von Bild- und Mediendaten, insbesondere im direkten Zusammenspiel mit dem Datenmanagement. Auch das Kategorisieren sowie das Taggen nach gängigen Standards (z. B. IPTC) gehört zum Aufgabengebiet.

# 2



## MEDIEN-DIENSTLEISTUNGEN



In der **Textagentur** entsteht Text-Content für unterschiedlichste Bereiche – sowohl von Hand geschrieben als auch software- und systemgestützt: Von Produkttexten, Produktbeschreibungen und technischen Erläuterungen über editoriale Schriftstücke bis hin zu wirtschaftlichen Berichten und Aufarbeitungen. Lektorat und Korrektorat sind ebenso fester Bestandteil des Kerngeschäfts der Textagentur.

**Abteilungsleiterin Maria Levers sieht in der Ausgliederung der Expertisen in eine eigene Abteilung enorme Potenziale:**



” Die Expertise der einzelnen Bereiche ist seit langer Zeit im Unternehmen verankert. Durch die Team-Spezialisierung sind wir in der Lage, unser Know-how weiter zu schärfen, Kunden individueller zu unterstützen sowie direkter auf Marktbedürfnisse zu reagieren.

**MARIA LEVERS**

Abteilungsleiterin Content-Services



In den vergangenen Jahren hat die Bedeutung von Daten exponentiell zugenommen. Gleichzeitig werden die damit verbundenen Aufgaben von Unternehmen immer wieder unterschätzt – oder die internen Ressourcen und Kapazitäten reichen nicht aus, um Daten in entsprechender Qualität vorzuhalten. Das Content-Services-Team setzt hier an: Es übernimmt flexibel unterschiedliche Aufgaben im Bereich des Content Managements, sowohl als Einzelprojekte als auch als dauerhafter Partner und Begleiter, und unterstützt Unternehmen so, sich auf ihre eigentliche Kernkompetenz zu konzentrieren. ■



# Laudert Connect DIGITAL: E-Business, Data, KI, Metaversum & more

Zukunftsthemen im Digitalformat am 1. Dezember  
mit hochkarätigen Referenten

**Am 1. Dezember richtet Laudert die nächste Laudert Connect im Digitalformat aus. Mit dabei sind hochkarätige Speaker von Meta, Douglas und OTTO sowie Digitalmarketing-Experte Stefan Wenzel. Ein Blick aus dem Hier und Jetzt in die kommunikative Zukunft unserer Branchen!**

## CROSSMEDIAL



Text: Laudert, Fotos: Laudert, Adobe Stock

### Keynote von und mit Stefan Wenzel

OTTO, brands4friends, eBay, Tom Tailor, McLaren: Der Lebenslauf von Stefan Wenzel hat es in sich. Seine Erfahrungen aus vielen Jahren Digital Commerce trägt er heute als Berater, Investor und Referent ins Business – unter dem Motto **Digital. Commerce. Leadership.** Er wird als Keynote-Speaker unser Event eröffnen.

### Let's Talk: Metaversum – vom Hype auf dem Weg zur neuen Realität – oder zum Flop?

Jetzt mal Butter bei die Fische! Wir nähern uns dem Hype-Thema mit geballter Frauen-Power, die sich auskennt: Wie nähert man sich als Marketer dem Thema sinnvoll? Welche Aspekte sind vielleicht schon heute relevant? Wir diskutieren – gerne kontrovers – mit Stefanie, Jessica und Frederike von Meta, DOUGLAS und OTTO.

#### Stefanie Graemer-Clark

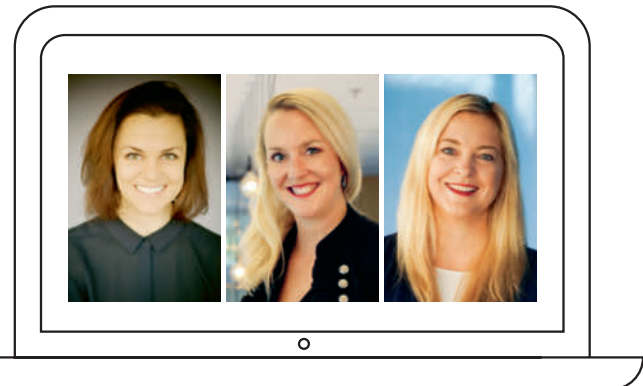
Global Marketing Solutions Expertin für Fashion & Sports, CPG und Retail bei Meta

#### Jessica Koch

Vice President New Business & Retail Media bei Douglas Marketing Solutions

#### Dr. Frederike Fritzsche

Tech Ambassador OTTO



Wir laden herzlich dazu ein, bei unserem Online-Event dabei zu sein. Alle Informationen zur Agenda, den weiteren Themen, zusätzlichen Details zu Speakern und Vorträgen und natürlich die Möglichkeit zur Anmeldung gibt es unter: [www.laudert.com/laudertconnect](http://www.laudert.com/laudertconnect) ■

#ONEstepahead

# Programmatic Printing- Spezialist IRS Nürnberg geht vollständig in Laudert auf

Organisatorischer Schritt erhöht Synergie-  
Effekte und Beratungsqualität



**YANNIS ROSING**  
strategische  
Vertriebsentwicklung

**CHRISTOF FÖRTSCH**  
Berater für den Bereich  
Programmatic Printing

**Rück-  
wirkend zum  
1. Juli 2022 ist die  
Integrated Realization Services  
GmbH (kurz: IRS), Spezialist für  
Programmatic Printing und Web2Print,  
durch Verschmelzung vollständig in die  
Laudert GmbH + Co. KG aufgegangen.  
Dieser Vorgang ist mit dem 1. Oktober 2022  
in die Praxis übergegangen. Dadurch forciert  
Laudert die organisatorische Eingliederung  
des Bereichs in die Gesamtstruktur des  
Home of Media, um Synergien und  
Kompetenzen optimal nutzen  
zu können.**



## PRINT-SERVICES

**MIT DER ERSTEN LAUDERT CONNECT AM STANDORT NÜRNBERG WURDE DIE EINGLIEDERUNG IN EINEM FACH-EVENT BEREITS AM 29. SEPTEMBER GEFEIERT.**

**Laudert**  
Home of Media

Durch den Schritt sind die beiden Unternehmen nun keine rechtlich getrennten Einheiten mehr, sondern gehen in einer gemeinsamen Organisationsstruktur auf. Laudert tritt hierbei in alle Rechte und Pflichten der IRS GmbH ein und führt mit den bisherigen Mitarbeitern am Standort Nürnberg die Geschäfte übergangslos fort.

Yannis Rosing, strategische Vertriebsentwicklung bei Laudert, hat den Prozess als Integrationsmanager begleitet: „Seit Juli 2021 haben wir intensiv an der Integration beider Unternehmen gearbeitet. Mit der Eingliederung sind wir in der Lage, Synergieeffekte über alle Kompetenzbereiche direkter zu nutzen und unsere Kommunikation zu optimieren. So können wir die gegenseitigen Anforderungen an die Teams effizienter bedienen und Innovationen übergreifend vorantreiben.“



Der bisherige Geschäftsführer der IRS, Christof Förtsch, wird in Zukunft als freier Berater für den Bereich Programmatic Printing am Markt agieren. In der neuen Konstellation sieht er insbesondere Vorteile für die Kunden: „Die rechtliche und organisatorische Einbindung der IRS-Bereiche in das ganzheitliche Laudert-Angebot erhöht vor allem die Beratungs- und Lösungsqualität. Insbesondere rund um das Workflow- und Schnittstellenmanagement für angrenzende Themen agiert Laudert noch flexibler und direkter.“

Mit der ersten Laudert Connect am Standort Nürnberg wurde die Eingliederung in einem Fach-Event bereits am 29. September gefeiert (siehe Folge-Artikel). Mit Nürnberg als Standort unterstreicht Laudert sein Engagement im süddeutschen Raum auch hinsichtlich der Kundenbegleitung vor Ort. ■

# In die Zukunft geschaut

Die Laudert Connect in Nürnberg

**Zum ersten Mal fand eine Laudert Connect in Nürnberg statt: Zum 29. September lud das Home of Media bei IRS ein, um im Fränkischen gemeinsam mit Speakern und Gästen einen Blick in die Angebotskommunikation von Morgen zu werfen.**



**Laudert.**  
Home of Media



Text und Fotos: Laudert

## Eröffnung mit Paukenschlag

Schon die Eröffnung brachte ein erstes Highlight mit sich: Jörg Rewer, geschäftsführender Laudert-Gesellschafter, machte die Verschmelzung der IRS mit Laudert publik. Rückwirkend zum 1. Juli 2022 ist die IRS vollständig in Laudert aufgegangen (siehe S. 40–41).



**JENS-PETER KUHLE**  
SCMI

## NICHT NUR EINE ZUKUNFT

In seinem Vortrag „**Die Zukünfte der Angebotskommunikation**“ blickte Jens-Peter Kuhle (SCMI Scenario Management International AG) weit in die Angebotskommunikation von morgen. Anhand der Ergebnisse der entsprechenden Studie des EHI-Circle, an der auch Laudert beteiligt war (siehe S. 46–47) verrät er, welche Szenarien auf den Handel zukommen könnten – und wie man daraus heute schon wichtige und richtige Entscheidungen ableiten kann.





”

In einer Welt der ständigen Veränderung helfen klassische Prognosen nicht weiter. Wir müssen offen über denkbare „Zukünfte“ nachdenken und uns darauf vorbereiten.“

**JENS-PETER KUHLE**  
SCMI



**THORSTEN HAMANN**  
LAUDERT IT-CONSULTING

### **PRINT: ERFOLGREICH AGIEREN STATT REAGIEREN**

Thorsten Hamann (Laudert IT-Consulting) brachte im Anschluss zum Gespräch, wie man innerhalb der verschiedenen Szenarien mit Print wieder agieren, statt reagieren kann. Durch moderne IT-Lösungen wie Dynamic Publishing etwa, durch die der Kanal ein fundamentaler und vollintegrierter Bestandteil einer digitalen Unternehmens- und Markenstrategie wird.

### KUNDENANSPRACHE MIT PROGRAMM

Den passenden Übergang lieferte sodann Jürgen Weht von der IRS, der kurzfristig für Christof Förtsch einsprang: Hoch individuell, hyperpersonalisiert treibt Programmatic Printing Druckerzeugnisse zu KPIs weiter über E-Business-Niveau an. In seinem Vortrag zeigte er zahlreiche Beispiele aus der Praxis, von Conrad über Walbusch bis Nicko Cruises. Umsätze steigern durch Print!



### KÜCHENPARTY AUF DER DACHTERRASSE

Wie von Connect-Veranstaltungen gewohnt, standen natürlich auch das „Connecten“ und intensiver persönlicher Austausch besonders im Fokus. Dafür sorgten ein Get-together zum Auftakt, eine interaktive Pause sowie die anschließende Küchenparty auf der Dachterrasse: Snack-Buffer, Getränke, musikalische Untermalung und viel Dialog sorgten für launige Atmosphäre mit Blick auf Nürnberg. Danke an alle Gäste für einen gelungenen Event. ■

# Die Zukunft der Angebotskommunikation

Interview mit Marlene Lohmann vom EHI Retail Institute

**Über viele Monate hinweg hat die EHI Initiative Angebotskommunikation gemeinsam mit Partnern eine Studie zur Zukunft der Angebotskommunikation erarbeitet. Neben Laudert mit dabei: Zahlreiche renommierte Unternehmen von Google über Meta bis SAP. Wir haben mit Marlene Lohmann, Leiterin FB Marketing des EHI Retail Institute, über die Studie gesprochen.**

## ” Hallo Marlene, worum geht es in der Studie?

Mit dieser Studie zur Zukunft der Angebotskommunikation haben wir einen Blick in die Angebotskommunikation von morgen und übermorgen gewagt. Wir sind gedanklich ins Jahr 2035 gereist. Die Fragen, die sich stellen, sind groß: Wie und mit welchen Medien erreiche ich auch künftig noch junge, aber auch ältere Menschen? Welche Effekte werden neue Technologien auf die Aktionswerbung im Handel haben? Wie wirkt sich die Rohstoffknappheit auf den Prospekt aus?

Immer, wenn wir es wie bei diesen Fragen mit hoher Ungewissheit zu tun haben, ist es hilfreich, ist es hilfreich, nicht nur eine Zukunft zu betrachten:

Wir müssen uns mehrere mögliche Entwicklungen ansehen und zukunfts offen denken. Diesem Ansatz sind wir bei unserer Studie gefolgt.



### ” Die Studie beschreibt acht verschiedene Szenarien. Wie sind sie einzuordnen, wofür können sie genutzt werden?

Es ist uns gelungen, acht unterschiedliche Szenarien zur Zukunft der Angebotskommunikation zu entwickeln. Die Titel lauten: Hyper Sale, Emotional POS, Lifestyle Ethics, Club-Eco-System, Smart Retail, Digital Green, Independent Advisory und Hyper Transparency. Die Szenarien spiegeln nicht Wünsche oder Wahrscheinlichkeiten, sondern konsistente, in sich schlüssige, mögliche Zukunftsbilder, die den Marketingentscheidern als Basis für bessere, robuste Entscheidungen dienen.

### ” Wie sieht so ein Szenario beispielhaft aus?

Das Szenario Club-Eco-System, das wir uns hier stellvertretend anschauen, stellt das stärkste Wunsch-Szenario für das Jahr 2035 dar. Was sind die Kernaussagen? In dieser Zukunft befinden wir uns in einer Wohlstandsgesellschaft, die sich sehr auf Individualität und Status fokussiert. Hier entstehen emotionale Lifestyle-Partnerschaften mit einer starken Bindung zwischen Handel und spezifischen Communities. Fressnapf mit seinem Ökosystem für den Tierfreund könnte als Beispiel dienen.

Die Rolle des Handels besteht in der Schaffung von Mehrwerten, etwa durch kuratierte Angebote, Inhalte, Formate sowie hochgradige Convenience für die Kundschaft, z. B. durch die Automatisierung von Einkaufsroutinen und -prozessen. Man will dadurch Bindung erzeugen, ebenso wie eine Sogwirkung in dieses Eco-System. Das geht einher mit umfassendem Datenaustausch.

Auf der Kommunikationsseite haben wir eine hohe Vielfalt digitaler Kanäle, auch eine wachsende Bedeutung virtueller Gemeinschaften, in der die Mitglieder selbst als Promoter agieren. Vielleicht entsteht jetzt schon ein Bild, wie die

Text: Laudert, Fotos: EHI

Zukunft aussehen könnte. Es ist ein Szenario mit einem konsumfreundlichen Umfeld, in dem emotionale Lifestyle-Gemeinschaften rund um die funktionalen Eco-Systeme entstehen.

### ” Wie wurde die Studie durchgeführt?

Entstanden sind die Szenarien auf der Basis der wissenschaftlichen Szenario-Management-Methode. In einem interaktiven Prozess, mit 26 klugen Köpfen aus Handel und Wertschöpfungspartnern über drei Workshops hinweg, ist der Raum der Möglichkeiten aufgespannt worden.

### ” Wo ist die Studie erhältlich?

Die Studie „Die Zukunft der Angebotskommunikation“ ist seit Ende August im EHI-Shop erhältlich. Für EHI-Mitglieder kostenlos im Download. Ansonsten ist die Studie käuflich zu erwerben ■



**Download der Studie (für EHI-Mitglieder kostenlos)**



<https://www.ehi.org/produkt/praesentation-die-zukunft-der-angebotskommunikation-pdf/>



# Whitepaper: Kundenansprache im Programmatic Printing

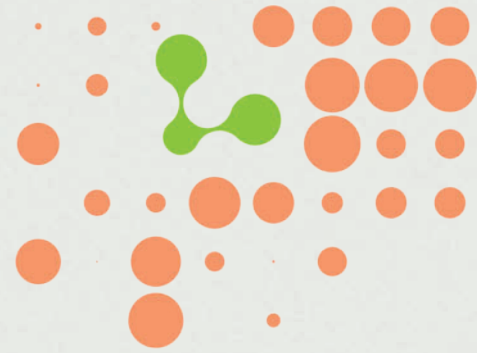
Relevant, emotional, hochwirksam: Das Beste aus Print verknüpft mit dem Targeting der Online-Welt

**Über digitale Kanäle prasseln jeden Tag unzählige Kaufangebote und Werbebotschaften auf die Verbraucher ein. Viele wehren sich durch Adblocker und Spamfilter gegen diese Informationsflut. Werbebanner und Werbe-E-Mails werden so ungesehen unterdrückt.**



Das aber stellt Unternehmen vor große Herausforderungen: Für sie wird es immer schwieriger, mit ihren Botschaften zur Zielgruppe durchzudringen. Auch rechtliche Einschränkungen wie Double-Opt-In tragen dazu bei, dass Online-Reichweiten kontinuierlich sinken. In dieser Situation trumpft das vermeintlich alte Medium Print mit neuen Möglichkeiten auf: der Hyperpersonalisierung von gedruckten Werbemitteln. Dank Programmatic Printing lassen sich Printprodukte wie Kataloge oder Mailings auf die Bedürfnisse einzelner Kunden zuschneiden und vollkommen automatisiert auspielen. So entsteht ein hochrelevantes und wirksames Kommunikationswerkzeug, das Botschaften sicher ins Aufmerksamkeitsfeld der Konsumenten bringt und Unternehmen zu Top-Conversion-Rates verhilft.

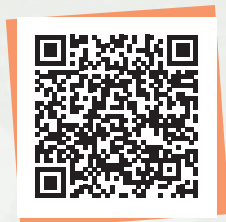
Text: Laudert, Fotos: Adobe Stock



Diese Form der individualisierten Ansprache muss nicht mit viel Aufwand oder hohen Kosten verbunden sein. Moderne Drucktechnologien und flexible Cloud-Lösungen ermöglichen einen schlanken und schnellen Einstieg. Wie genau dieser aussehen kann und worauf Unternehmen dabei achten sollten, erklärt das vorliegende Whitepaper. Es liefert Hintergründe und Tipps zu Programmatic Printing, zeigt mögliche Anwendungsbereiche auf und hilft dabei, mit einer passenden Lösung die Grundlage für eine langfristig erfolgreiche Kundenansprache zu schaffen. ■

### KAPITELÜBERSICHT:

- 01 Marketingmix: Die Karten werden neu gemischt
- 02 Programmatic Printing: Das Beste aus zwei Welten vereint
- 03 Einsatzbereiche: Wo Programmatic Printing seine Stärken ausspielt
- 04 Mit vorhandenen Daten starten:  
In fünf Schritten zum Test-Mailing
- 05 Vom Test zum erfolgreichen Regelbetrieb
- 06 Ihr Experte für Programmatic Printing



Hier downloaden



# Von Wolle Petry bis Jimi Hendrix

Laudert-Sommerfest

im 90er-Style

Nach drei Jahren Sommerfest-Abstinenz durfte endlich wieder gefeiert werden. Ganz Laudert war eingeladen, in Vreden Teil der 90er-Party zu sein.



Text und Fotos: Laudert



# 90s SOMMERFEST

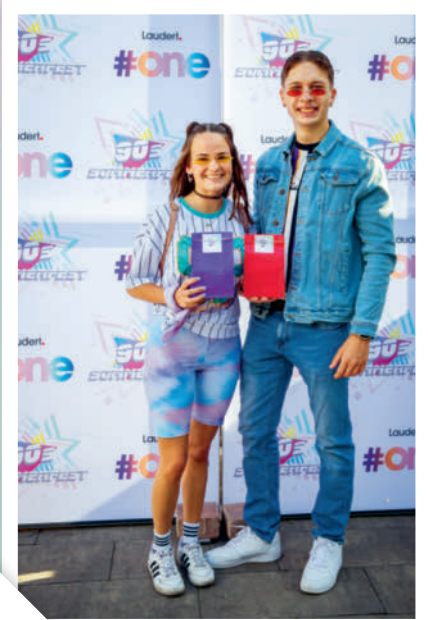




## LAUDERT INSIGHTS







Das Motto der Party war bis in die Details erkennbar. Getränke wie Ahoj-Brause, Süßigkeiten wie Center Shocks oder das XXL-Looping-Louie-Spiel trieben den „Revival-Faktor“ in die Höhe. Zu essen gab es passenderweise Burger – mit reichlich individueller Auswahl zur Zusammenstellung.

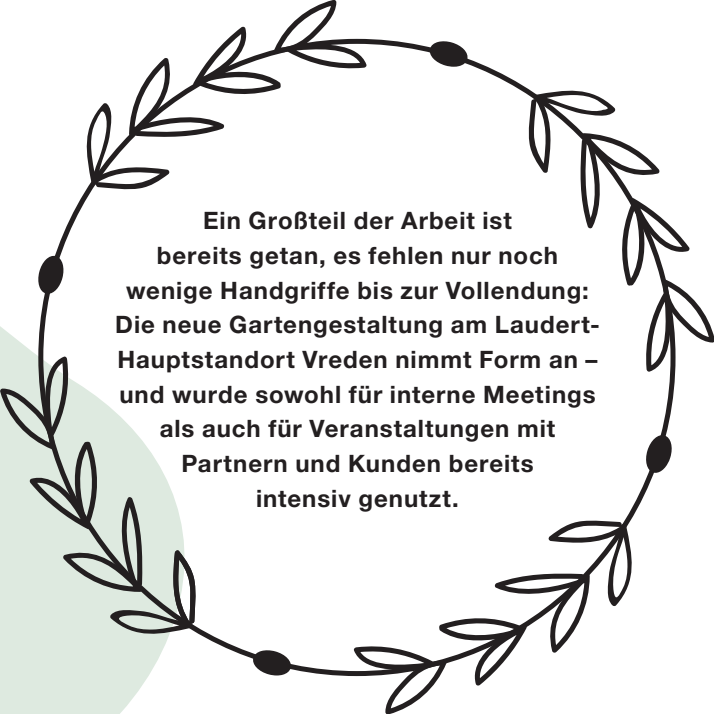
Und so entwickelte sich ein quirliches Fest, mit Batik-Fans und Game Boys im Gespräch, Vokuhilas an der Essensausgabe, Spice Girls beim Anstoßen sowie Jimi Hendrix gemeinsam mit Wolfgang Petry auf der Tanzfläche. Eine tolle Fete – und einfach schön, wieder als Laudert-Familie feiern zu können. ■

**WELCOME TO  
THE 80s**

# Grüner

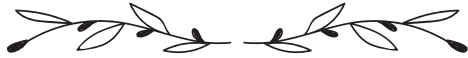
## Ort der Zusammenkunft am Standort Vreden

Neue Gartengestaltung für ein erholsames Ambiente

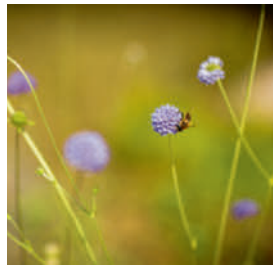


**Ein Großteil der Arbeit ist bereits getan, es fehlen nur noch wenige Handgriffe bis zur Vollendung: Die neue Gartengestaltung am Laudert-Hauptstandort Vreden nimmt Form an – und wurde sowohl für interne Meetings als auch für Veranstaltungen mit Partnern und Kunden bereits intensiv genutzt.**

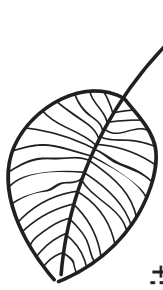
# LAUDERT INSIGHTS



Text und Fotos: Laudert





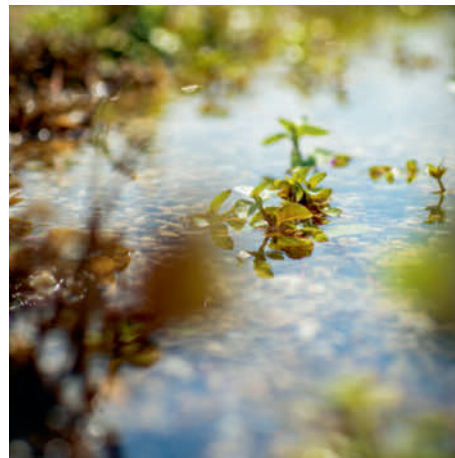


# NACHHALTIGKEIT

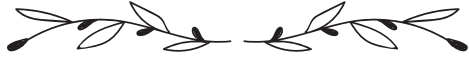
ist bei Laudert Herzensangelegenheit

## LAUDERT INSIGHTS

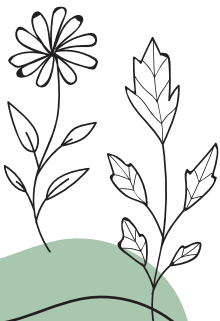
Im Herzen der neuen Gartenidee steht das Zusammenkommen. Ob zur Kaffee- oder Mittagspause, gemeinsame Meetings und Besprechungen, für einen entspannten Plausch mit Kollegen nach der Arbeit, intensiven Austausch mit Partnern, Kunden und Freunden oder entspannte Events aller Art: Mit seinen holzigen Tönen, leichtem Wassergerauschen und saftigen grünen Bäumen strahlt der Garten Ruhe aus.



## LAUDERT INSIGHTS



Sowohl bei der Verwendung der Baustoffe als auch in der Gestaltung haben wir auf Nachhaltigkeit Wert gelegt. Im regenarmen Sommer fanden sich auch schon erste Trink- und Badegäste aus der Reptilien- und Vogelwelt im Garten ein. Wir freuen uns auf eine rege Nutzung des neugestalteten Bereichs in unserem „Home of Media“. ■







Tobias van der Aa, 29 Jahre alt, ist im zweiten Ausbildungsjahr zum Fachinformatiker für Systemintegration. In seinem Leben hat der Vater eines achtjährigen Sohns und einer fünfjährigen Tochter schon viel hinter sich: Pflegeausbildung, Berufserfahrung auch als Koch.

Wir werfen einen Blick in sein bewegtes Tagebuch.



## Tagebuch

# Life is what happens while you're making other plans

Aus dem bewegten Tagebuch eines Fachinformatik-Azubis im Quereinstieg

Text: Laudert, Fotos: Laudert, Adobe Stock

Am 1. August dieses Jahres ging es los für mich mit der Ausbildung. Kaltstart im zweiten Lehrjahr zum Fachinformatiker für Systemintegration. Eigentlich wollte ich im ersten Lehrjahr starten, doch die Vorgaben des Arbeitsamts zur Förderung der Beschäftigten-Qualifizierung ließen das nicht zu. Aber ich bin froh, diese Chance bei Laudert erhalten zu haben. Meine Abteilungsleiterin im Content-Team, Maria Levers, hat mich bei der beruflichen Weiterentwicklung unterstützt.

Die ersten Aufgaben meiner neuen Ausbildung sind spannend und facettenreich. Aktuelles Projekt: Ein Konzept für die Verbesserung des hybriden Arbeitens – also in der Firma und remote – aus unseren Besprechungszimmern heraus erarbeiten. Dafür habe ich mich in das System Microsoft Teams Rooms eingearbeitet, kläre offene Fragen mit Software- und Systemlieferanten und informiere die Führungsebene regelmäßig über den aktuellen Stand. Umsetzung folgt!

### **BERUFLICHES MULTITALENT: PFLEGER, KOCH, CONTENT- MANAGER**

In meinem Leben habe ich schon einiges hinter mir – beruflich wie privat. Ich komme aus Wüllen, wenige Kilometer von Vreden entfernt. Während meiner Schulzeit zog ich mit meiner Mutter nach Bayern. Mein Fachabitur habe ich dann aber in Hannover beendet. Ein Pflichtpraktikum während des Fachabiturs brachte mich in die Pflege. Obwohl ich die Ausbildung beendete, merkte ich recht schnell, dass ich mich weiterorientieren möchte.

Und so kam ich zum Kochen. Kochen war schon immer eine meiner Leidenschaften. Meine Großmutter hatte eine eigene Wirtschaft für Kurgäste – das hat mich geprägt. In einem Hotel in Hannover lernte ich den Umgang mit Pfanne und Topf auch aus professioneller Perspektive. Anschließend arbeitete ich bei diversen Unternehmen als Koch. Leider entsprach die Arbeitsatmosphäre bei meinen Arbeitgebern nicht immer meinen Vorstellungen.

### **POSITIV TROTZ SCHICKSALSSCHLÄGEN**

Wegen meiner Frau kam ich 2017 zurück in die Region, nach Vreden, wo ich bis heute wohne. Es tat gut, wieder hier zu sein. Aber die nächsten Jahre sollten nicht einfach für mich werden. 2019 verstarb meine Frau nach Krebsleiden. Es fühlt sich so an, als würde jemand an den Schicksalssträngen ziehen, echt fies. Auch bei meiner Tochter wurde Krebs diagnostiziert, der heute zum Glück als geheilt gilt. In all der Zeit habe ich es geschafft, mir meine Stärke zu bewahren: meine Positivität.

Ein Tattoo auf meinen Rippen besagt: „Life is what happens while you’re making other plans“ (Das Leben ist das, was passiert, während du gerade andere Pläne schmiedest). Schon lange vor diesem schwierigen Einschnitt in mein Leben trug ich dieses Tattoo mit mir. Auch wenn es bis heute Tage gibt, an denen es mir schwerfällt, kann ich guten Gewissens sagen: Es läuft.





### ANGELNDE VÄTER UND REITENDE TÖCHTER

Einige Zeit nach meiner Rückkehr nach Vredens ging ich zu Laudert. Die Veränderung war nötig, um als alleinerziehender Vater die Herausforderungen des Alltags mit der Arbeit zu vereinen. Ich bin dankbar für die Unterstützung all meiner Freunde und meiner Familie in dieser schwierigen Zeit. Und auch dafür, dass Laudert mir alle Freiheiten für Krankenhausbesuche, Kontrolluntersuchungen und Nachsorge gibt.

Wenn das Stresslevel mal wieder steigt oder ich ein wenig Auszeit brauche, gehe ich angeln. Das entspannt mich. Einfach die Natur genießen, entspannt bei einer Pulle Bier. Das mache ich echt gerne. Mittelpunkt in meinem Leben sind aber natürlich meine Kinder. Das größte Hobby meiner Tochter etwa ist Reiten – wobei sich die Patentante behertzt um sie kümmert. Besonders freut sie sich, wenn der Papa hin und wieder zum Zuschauen da ist.

Ich wohne jetzt im Zentrum Vredens, engagiere mich kommunalpolitisch als Mitglied im Ausschuss für Wirtschaft und Digitales. Und als spätestens jetzt „echter Vredener“ genieße ich auch die Kirmes sehr. Die ist einfach etwas Besonderes für die Menschen hier. Beruflich bin ich einfach gespannt, wie meine Ausbildung weitergehen wird. Fachinformatiker für Systemintegration im Quereinstieg – ich hab' Bock drauf! ■



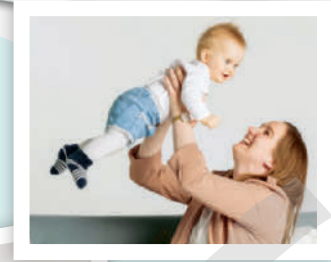


# Babyshooting 2022: Die Stars von morgen im Studio

Familiäres Treiben beim Nachwuchs-Shooting in Vreden

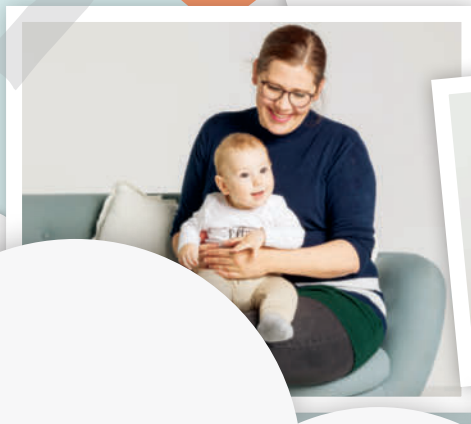
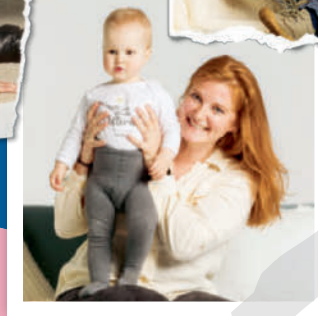
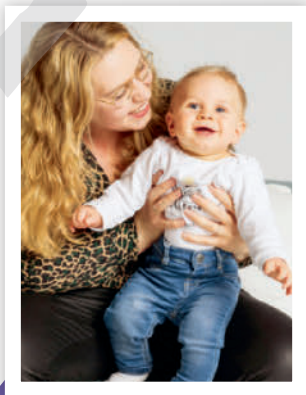
**22-mal Nachwuchs gab es bei Laudert im Jahr 2021, verteilt auf Vreden, Hamburg und Stuttgart. Ein erfreulicher Anlass, um wieder zum Babyshooting einzuladen. Und so kamen im April gleich 13 Babys mit ihren Eltern und teilweise auch Geschwisterkindern in die Laudert-Studios nach Vreden, um am Shooting teilzunehmen.**

Während des Shootings, das Holger Berthues als Geschäftsführer eröffnete (Sven Henckel war als Elternteil selbst Teilnehmer), war Zeit und Raum für elterlichen Austausch. Bei Kaffee und Kuchen sowie Süßigkeiten und Seifenblasen für die Geschwisterkinder entstanden im Studio Szenen zum Dahinschmelzen – auch wenn coronabedingt leider kein Gruppenbild erstellt werden konnte.



## LAUDERT INSIGHTS

Ein besonderer Dank geht an Lena, Yannick und Franziska – Auszubildende aus den Bereichen Fotografie und Gestaltung für visuelles Marketing – die das Shooting mitbegleiteten. ■



# News + Facts

25 neue Auszubildende  
und Duale Studenten



## Azubi-Rekord bei Laudert

25 neue Auszubildende und Duale Studenten durfte Laudert im August bei einem Begrüßungsevent zum neuen Ausbildungsjahr willkommen heißen: ein Rekord! Im Rahmen des Events lernten die „Neuen“ die Geschäftsleitung, alle Ausbilder der Bereiche und auch einige Azubis aus dem 2. und 3. Lehrjahr kennen. Jetzt kann es losgehen, das erste Jahr bei Laudert!



# 25



# 12 Gesellen beglückwünscht

Insgesamt zwölf Gesellen in vier Ausbildungsberufen haben in diesem Jahr bei Laudert erfolgreich ihre Ausbildung beendet. Bei einer kleinen Abschlussveranstaltung gratulierten Geschäftsführung und Ausbilder persönlich – auch wenn leider nicht alle Gesellen teilnehmen konnten.

Herzlichen Glückwunsch zu eurer bestandenen Ausbildung!



## Contentserv und Laudert auf der OFK Marketing



**Vom 21. bis 25. November 2022** findet wieder die Online Fokus Konferenz MARKETING statt. Mit dabei sein werden auch Laudert und unser Partner Contentserv. Im Vortrag „Gute Daten, schlechte Daten: Wertvoll nur mit Qualität“ schauen wir uns am 23. November gemeinsam an, wie gutes Datenmanagement aussieht, welche Fallstricke es gibt – und wie Daten die Kommunikation zukunftsfähig machen. Alle Infos zu den Vorträgen gibt es hier:

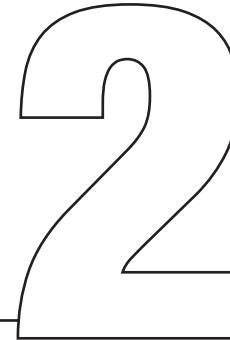


[www.online-fokus-konferenz.com/marketing/](http://www.online-fokus-konferenz.com/marketing/)

# Laudert stolzer Zweiter



Im neuen Ranking der inhabergeführten Fullservice-Digitalagenturen des HighText-Verlag taucht Laudert gleich an zweiter Stelle auf. iBusiness schreibt dazu: „[Inhabergeführte Fullservice-Digitalagenturen] sind eine wertvolle Alternative, weil mittelständische Unternehmen bei ihnen auf Augenhöhe beraten werden.“ Als ganzheitlicher Begleiter empfindet Laudert die Platzierung daher als Lob für das Erreichte – ebenso aber als Ansporn für die weitere Entwicklung.



## Von der **Wirtschaftsschau Vreden** auf den Kjeragbolten

Am 17. und 18. September fand in Vreden unter dem Motto „Aufwind 2022“ die Wirtschaftsschau statt. Zahlreiche Professionals und Auszubildende wurden von unserem Team aus HR, Marketing und Akademie empfangen – und gemeinsam luden wir sie zu einem virtuellen Ausflug auf den Kjerag nach Norwegen ein. Neben Waffeln und Gewinnspiel gab es natürlich auch reichlich Infos zum Arbeiten für das und mit dem Home of Media.



IMMER UP TO DATE SEIN:

# Folgen Sie uns!



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



[www.instagram.com/  
laudert\\_home\\_of\\_media](https://www.instagram.com/laudert_home_of_media)  
[www.instagram.com/  
laudertstudios](https://www.instagram.com/laudertstudios)



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



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



[www.xing.com/  
pages/laudertgmbh-co-kg](https://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**

1.300 Stück  
© beim Herausgeber





UNSERE STANDORTE



**600**

MITARBEITER

**1959**

GEGRÜNDET

**10**

STANDORTE

**Laudert.**  
Home of Media