

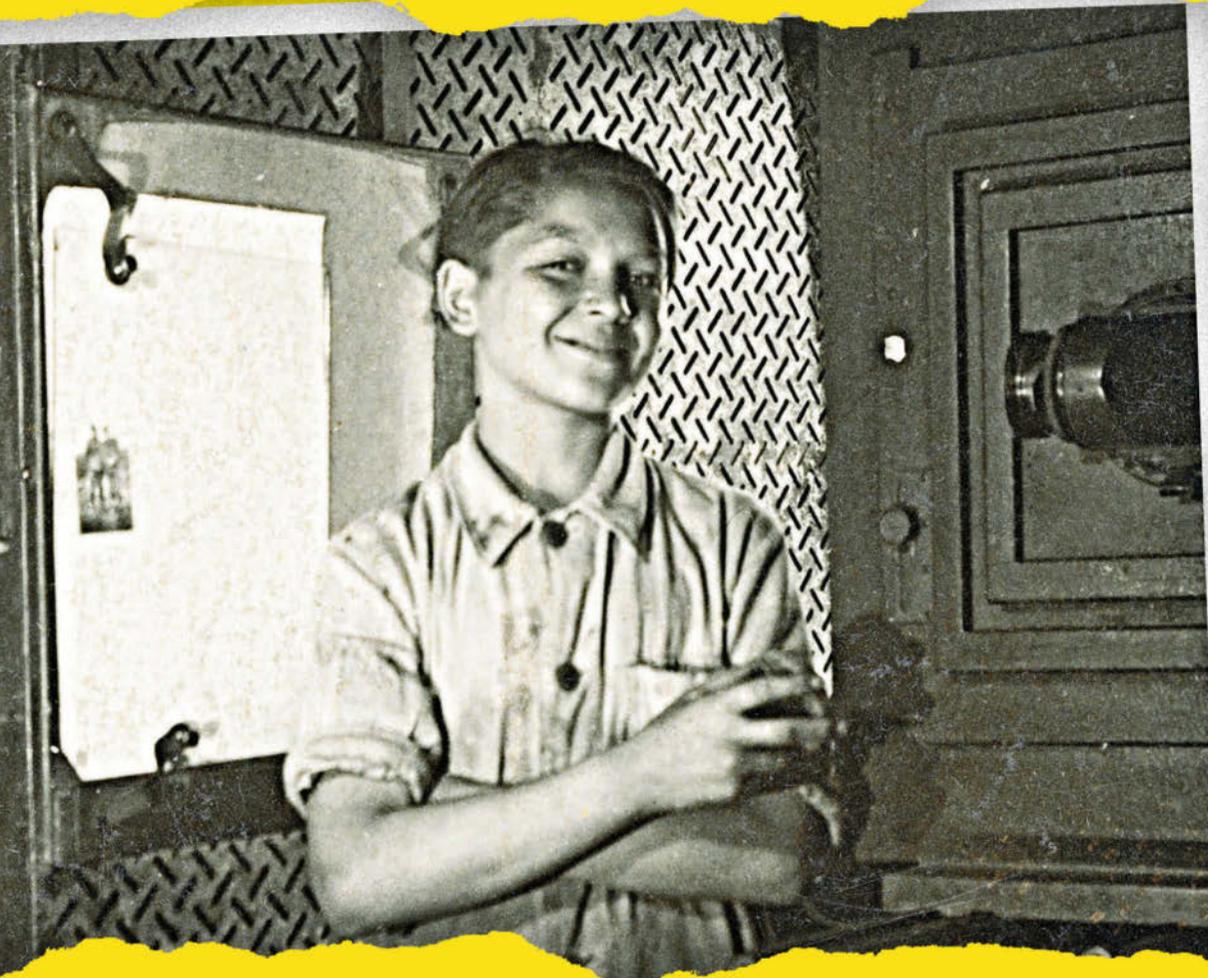
# dasmagazin

Laudert.

Home of Media

JETZT WIRD  
gefeiert!

Großes Doppel-Jubiläum:  
60-jähriges Bestehen seit  
Gründung und 20 Jahre Laudert  
am Standort in Hamburg



60

20 Jahre

## 04 | Die „digitale“ Laudert-Story

Was ein Schneesturm, ein  
Diplom-Mathematiker und eine  
Fotokamera gemeinsam haben

## 18 | Eine Zeitreise beginnt

Der Blick zurück in die  
Laudert-Historie

## 24 | Schau mal, Paps!

Wenn unser Gründer  
Karl-Heinz Laudert  
das Unternehmen  
heute sehen könnte



## 04-09 „Digitale“ LAUDERT-STORY

Jörg Rewer erklärt, wie  
Laudert den Weg vom  
klassischen Grafik-Betrieb  
zum digitalen Taktgeber  
gemeistert hat.



## 20 JAHRE Laudert Hamburg



Rainer Laudert  
im fast realen  
Vater-Sohn-Gespräch.

## 60 JAHRE Laudert

### Weitere Inhalte

- 14-16** Kundenstory STEINEL
- 18-23** Die Laudert-Historie
- 24-27** Schau mal, Paps!
- 28-30** „mobile first“ bei SCHIESSER
- 32-35** News + Facts
- 36-37** Vom Lügen und Betrügen  
in Software-Projekten
- 40-41** Von wegen 08/15 Printpro-  
dukte

### 10-11 Let's Connect HAMBURG

Am 21. März  
feiern wir mit  
unseren Kunden  
„zu Hause“ bei  
uns in Hamburg  
unser 60- bzw.  
20-jähriges  
Jubiläum.

MAGAZIN AUSGABE 01/2019

# Wir bekennen Farbe! Immer. ■

Und manchmal muss diese eben gelb sein.



**JÖRG REWER**  
Geschäftsführender  
Gesellschafter

Willkommen zur ersten Ausgabe unseres Magazins in schreiendem Gelb. Gelb, weil die Aussichten sonnig sind. Gelb, weil es als Synonym für unseren Erfolgsfaktor steht, die Dinge einfach mal anders zu machen und gelb, weil es uns bewusst machen soll, wie gut es uns, verglichen mit der Generation unseres Gründers Karl-Heinz Laudert (der junge Mann auf dem Titel), doch geht. Letzteres ist mir bei der Lektüre des Buchs „Frohe Botschaft: Es steht nicht gut um die Menschheit – aber besser als jemals zuvor“ nochmals sehr bewusst geworden. Die Erinnerungen unseres Seniors zum Start in sein Berufsleben finden Sie daher in dieser Ausgabe genauso wie eine Zeitreise und einen aktuellen Blick auf die Dinge unseres „Privatiers“ und Gesellschafters Rainer Laudert.

Die erste Ausgabe ist für uns eine ganz besondere, denn sie erscheint pünktlich zu unserer ersten Geburtstagsparty in diesem Jahr. Am 21. März feiern wir mit Kunden und Wegbegleitern im Rahmen unseres Connect-Events **60 Jahre Laudert** und **20 Jahre Hamburg** „zu Hause“ im Norden. Mehr dazu in dieser und auch in der nächsten Ausgabe unseres Magazins. Denn ab sofort bündeln wir für Sie dreimal jährlich zukunftsweisende Themen der Produkt- und Markenkommunikation – frisch, ehrlich und über den Tellerrand hinaus. Wir treten in den Dialog mit unseren Kunden und Partnern, Branchenkennern und Kommunikationsexperten, um neue Perspektiven aufzuzeigen. Dabei verlieren wir nicht den Blick für die wichtigen Laudert-Insights!

Ich wünsche Ihnen viel Spaß beim Entdecken unseres neuen Magazins!  
Herzliche Grüße,



JÖRG REWER, GESCHÄFTSFÜHRER

## Die „digitale“ Laudert-Story

Was ein Schneesturm,  
ein Diplom-Mathematiker  
und eine Fotokamera  
gemeinsam haben

## Im Interview

Wohl kaum ein Buzzword ist derzeit so sehr in aller Munde wie die digitale Transformation. Ohne disruptive Ideen und Out-of-the-box-thinking sei die journey zum digital champion nicht zu schaffen, hat sich wohl jeder Marketer schon einmal sagen lassen müssen. Alle singen dasselbe Lied, aber nur wenige verstehen den Text. Was bedeutet die Digitalisierung eigentlich in der Praxis? Ganz ohne Bullshit-Bingo.

Unser Geschäftsführer **Jörg Rewer** gibt in einem Interview mit dem Redaktionsteam Antworten, wie Laudert den Weg vom klassischen Grafik-Betrieb zum digitalen Taktgeber gemeistert hat.



**RED: Gestartet ist Laudert 1959 als Lithoanstalt mit der Erstellung von Druckvorlagen. Heute arbeiten über 480 Mitarbeiter bei einem der modernsten Medien- und IT-Dienstleister Europas. Wann hat Lauderts digitale Reise begonnen?**

**JR:** Tatsächlich müssen wir manchmal schmunzeln, wenn vom „Trend-Thema“ Digitalisierung die Rede ist. Denn für uns ist die digitale Transformation alles andere als neu – auch wenn sie vor 30 Jahren wohl kaum jemand so genannt hat. Schon 1993 fiel bei Laudert der Startschuss in das Electronic Publishing. Scanner, Proofer und Rechner, die eher aussahen wie Raumschiffe, haben die Druckbranche revolutioniert. Übrigens hat unser erster Mac 70.643 DM gekostet. Unfassbar, wenn man bedenkt, wie viel Power heute in den Maschinen steckt, die nicht größer sind als ein Schuhkarton. Jetzt erstellen wir ganze Kataloge in sog. Database-Publishing-Prozessen einfach mit einem einzigen

Knopfdruck. Schlüssel zum Erfolg ist die IT, die das Layout-Programm und eine Datenquelle, in der alle Produktinformationen verwaltet werden, miteinander verbindet.

**RED: Aber nicht nur die Medienproduktion verändert sich. Laudert hat sich mit den zusätzlichen Geschäftseinheiten Fotostudios, Medien-IT und Digitaldruck immer weiter diversifiziert. Wie kam es zu dieser Entwicklung?**

**JR:** Eine Mischung aus Marktgespür, Mut und Willensstärke. Oft werden Entscheidungen bei Laudert mit einer gesunden Portion Pragmatismus gefällt. Z. B. legte Unternehmensgründer Karl-Heinz Laudert den Grundstein für unsere heute 80-köpfige IT-Abteilung im Jahr 1995 mit dem Satz: „Ich weiß nicht wofür, aber wir brauchen so jemanden“ und stellte prompt einen Diplom-Mathematiker ein. Auch die erste Digitalkamera erstanden wir im selben Jahr nicht mit »

der Intention, Fotografie-Leistungen anzubieten, sondern einzig und allein, um sich mit der Verarbeitung dieser Daten auseinanderzusetzen. Und was ist daraus geworden? Heute zählen unsere Laudert-Studios zu den größten Fotostudios für Produktfotografie in Europa.

**RED: Das klingt nach einer enormen Menge an Daten und viel Koordinationsaufwand. Ist das ein Hindernis für die Digitalisierung?**

**JR:** Ganz im Gegenteil: Das ist unser größter Treiber. Ohne digitale Prozesse, intelligente Automatisierungen und Workflows könnten wir die großen Auftragsvolumen gar nicht bewältigen. In unseren Studios entstehen täglich über 3.000 Aufnahmen. Kein Wunder, dass unsere IT-Spezialisten gefragt sind, um der Datenflut Herr zu werden. Ergebnis ist unsere Software-Eigenentwicklung LaudertContentFlow®, mit der wir unsere gesamte Fotoproduktion digital steuern. Trifft z. B. ein Kleid in einem unserer drei Studios ein, wird es per Barcode im System erfasst und bis zur Auslieferung des fertigen Fotos nicht mehr aus den Augen gelassen. Wir wissen jederzeit, ob der Artikel gerade gebügelt, fotografiert, bildbearbeitet, zwischengelagert oder zum Rückversand vorbereitet wird. Ebenso durchlaufen die erstellten Aufnahmen vordefinierte Prozessketten und Freigabeschritte, sodass die perfekt aufbereiteten Fotos innerhalb von nur 48 bis 72 Stunden im Webshop unserer Kunden sind. Wenn wir das in den 90ern schon gehaut hätten, als wir eine Übertragungszeit von 3 Stunden für 10 MB schon als Durchbruch empfanden... (lacht)

**RED: Das bedeutet, dass die technische Infrastruktur sowie die richtige Hard- und**

**Software unabdingbare Voraussetzungen für eine erfolgreiche digitale Transformation sind?**

**JR:** Definitiv – das hat uns spätestens der Schneesturm im Münsterland 2005 schmerzlich gezeigt. Redundante Leitungen, extrem gute Backbone-Anbindungen, Notstrom-Aggregate und die Verbindung unserer Standorte mit einem 1-GBit-Ring sorgen heute nicht nur für schnelle Datenübertragungen, sondern auch für Sicherheit und Unabhängigkeit. Jedes Unternehmen muss sich bewusst sein, dass auch die besten Prozesse nur funktionieren, wenn eine entsprechende technische Basis existiert.

**RED: Die IT ist also wichtig – aber wie kriegt man die Mitarbeiter an Bord?**

**JR:** Genau das ist die entscheidende Frage und bei vielen Unternehmen gibt es dahingehend verschiedene Ansätze: Die Ernennung eines Chief Digital Officers, die Gründung eigener Start-Ups mit dem Ziel, ungestört neue digitale Geschäftsmodelle zu entwickeln, oder agiles Projektmanagement. Aber letztendlich haben alle Maßnahmen dasselbe Ziel: Die Mitarbeiter mitzunehmen auf die digitale Reise.

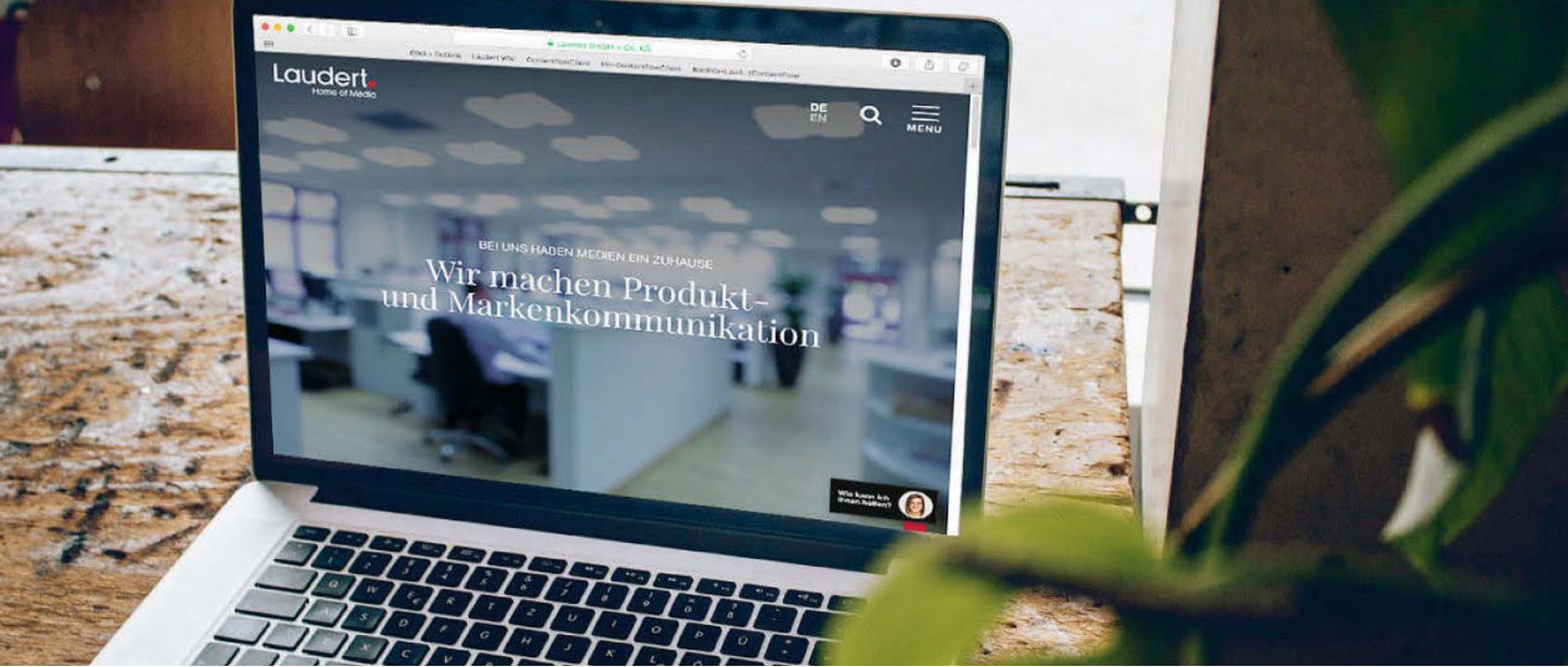
Bei Laudert haben wir dazu einen ganz einfachen Ansatz: Digitalisierung ist Team-Sache! Angefangen beim Azubi, der in unserer eigenen Akademie vom ersten Tag an digitale Luft schnuppert, bis hin zum Retusche-Experten in Bangkok oder Tech in Vietnam, der über eigenentwickelte Datenlogistik-Software im selben System arbeitet wie seine deutschen Kollegen. By the way haben wir durch das Offshoring auch gelernt, wie Cloud-Computing mit großem Datenaufkommen funktioniert. Wir produzieren heute arbeitsteilig rund um den »

Letztendlich haben alle Maßnahmen dasselbe Ziel: Die Mitarbeiter mitzunehmen auf die digitale Reise. ■

Jörg Rewer  
Geschäftsführender Gesellschafter

”





Unternehmen sind daher auf der Suche nach Dienstleistern, die beides können:

## EFFIZIENZ UND KREATION.

Globus und schaffen es, durch perfekte Vernetzung und Kommunikation, alle Mitarbeiter an einen Tisch zu bringen – auch wenn dieser manchmal nur virtuell ist.

**RED: Und wie sehen konkrete Mittel dazu aus?**

**JR:** Bewährt hat sich die Bildung von Taskforces, in denen sich Mitarbeiter aus verschiedenen Bereichen zu bestimmten Themen austauschen und gemeinsam Prozessoptimierungen diskutieren. So treffen sich beispielsweise Medienproduktionsmitarbeiter mit Workflow-Spezialisten zur Entwicklung von Ansätzen, die die Druckdatenauslieferungen weiter automatisieren. Auch sog. Stakeholderrunden sind ein wichtiges Element zur Einbindung unserer Mitarbeiter – insbesondere zur Weiterentwicklung unserer eigenen Software-Lösungen. Alle drei Wochen treffen sich Product-Owner der jeweiligen Software mit Anwendern und besprechen die nächsten Entwicklungsschritte. Damit stellen wir sicher, dass wir nicht im luftleeren Raum entwickeln,

sondern immer mit Blick auf die User-Bedürfnisse. Wir sind sehr stolz, dass wir immer wieder das Feedback erhalten, dass sich unsere Software-Produkte durch herausragende Benutzerfreundlichkeit und intuitive Bedienbarkeit auszeichnen.

**RED: Jetzt bleibt noch die Frage, wie der digitale Weg weitergeht. Mit welchen Themen beschäftigt sich Laudert im Moment?**

**JR:** Zurzeit widmen wir uns vor allem drei großen Bereichen: Computer Generated Imagery (kurz CGI), intelligente Produkttexte und die Verbindung von Effizienz und Kreation. CGI – das sind am Computer erzeugte fotorealistische Darstellungen, die uns ganz neue Wege in der Produkt- und Markenkommunikation eröffnen. Wir experimentieren sowohl in Sachen Prototypenentwicklung als auch damit, wie sich virtuelle Hintergründe und Modelbilder aus dem Studio verschmelzen lassen. Momentan sind solche Visualisierungen noch relativ teuer, ver-

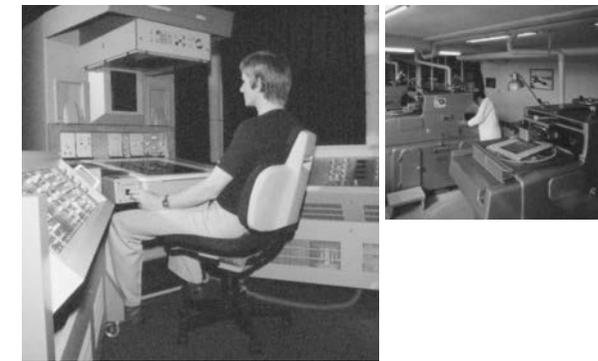
Scanner, Proofer und Rechner, die eher aussahen wie Raumschiffe, haben die Druckbranche revolutioniert.



## 20 JAHRE Laudert Hamburg

In den 90ern haben wir eine Übertragungszeit von 3 Stunden für 10 MB schon als Durchbruch empfunden...

## 60 JAHRE Laudert



sprechen aber einen enormen Zuwachs an Flexibilität, wenn Models nicht mehr selbst nach Südafrika reisen müssen oder Muster nicht um die ganze Welt geschickt werden. Auch bei der Texterstellung ist die Digitalisierung entscheidend. Denn nur mit der Erfassung am PC ist es nicht getan. Stattdessen kommt es darauf an, mit geschicktem Übersetzungsmanagement und Datenbankunterstützung effiziente Workflows zu schaffen. Die dritte brennende Fragestellung beschäftigt sich damit, wie sich Automatisierungen mit Kreativ-Dienstleistungen kombinieren lassen. Die Anforderungen beim Onlineshopping steigen. Konsumenten haben über das Internet Zugang zu so vielen Anbietern

wie noch nie, weshalb Marken eine einzigartige Customer Experience schaffen müssen. Die Kundenansprache wird folglich immer individueller, während die Masse an Produkten und somit auch an Content explodiert. Unternehmen sind daher auf der Suche nach Dienstleistern, die beides können: Effizienz und Kreation. Laudert hat 2017 die Kreativ-Unit LOFT ins Leben gerufen, mit der wir unser Portfolio weiter ausweiten. Auch das macht Digitalisierung aus: Zu wissen, wo Prozesse und wo Ideen und Fantasie im Vordergrund stehen, und beide Komponenten passgenau zu verbinden.

**RED: Vielen Dank für das Interview!** ■



### Im Interview JÖRG REWER ■

Seit 2007 in der Geschäftsführung von Laudert, verantwortet Jörg Rewer nach erfolgreichem Auf- und Ausbau der IT jetzt die Bereiche Medienproduktion, Vertrieb und Ausbildung.

# Die Geschichte vom 18ten Kamel ■

Ein Mullah ritt auf seinem Kamel nach Medina; unterwegs sah er drei Männer neben einer Herde von Kamelen stehen. Die drei Männer wirkten sehr bedrückt und niedergeschlagen.

»Was ist euch geschehen, Freunde?«, fragte er, und der älteste antwortete: »**Unser Vater ist gestorben.**« »Allah möge ihn segnen. Das tut mir leid für euch. Aber er hat euch doch sicherlich etwas hinterlassen?« »Ja«, antwortete der junge Mann, »**diese siebzehn Kamele.**« »Dann seid doch fröhlich! Was bedrückt euch denn noch?« »Tja, es ist nämlich so«, fuhr der ältere Bruder fort, »**sein letzter Wille war, dass der älteste Sohn die Hälfte der Kamele bekommen soll, ich ein Drittel und mein jüngerer Bruder jedes neunte. Wir haben schon alles versucht, um die Kamele aufzuteilen, aber es will einfach nicht funktionieren.**« »Ist das alles, was euch bekümmert, meine Freunde?«, fragte der Mullah. »Dann will ich Euch in dieser schweren Zeit doch mein Kamel geben, und lasst uns sehen, was dann passiert.«

**Nun können Sie die Geschichte selbst errechnen:**

Von den nun achtzehn Kamelen bekam der älteste Bruder die Hälfte, also neun Kamele, der mittlere ein Drittel, also sechs und der jüngste Bruder ein Neuntel, also zwei Kamele. Es ging wundervoll auf. Nur: Es blieb das 18te Kamel übrig. Das Kamel, das ihnen der Mullah gegeben hatte.

Die Brüder bedankten sich bei dem Mullah und gaben es ihm zurück. Dieser stieg wieder auf und ritt weiter, und die Brüder winkten ihm nach.

Es ist eine Geschichte der Unterstützung, ohne sich als Unterstützender selbst zu verbrauchen. Es ist eine Geschichte des Teilens, ohne alles andere zerteilen zu müssen.

Es ist eine Geschichte des gemeinsamen Nenners, mit dem sich jeder besser stellt. ■

Text und Fotos: Das 18te Kamel & Komplizen GmbH, Shutterstock



Es ist eine Geschichte, die anregt, sich als Organisation und verantwortliche Person zu fragen:

FÜR WEN KANN ICH DAS

# 18te KAMEL SEIN?

Mehr dazu vom  
18ten Kamel,  
Peter John Mahrenholz,  
am 21. März.

# Let's connect ■

Am 21. März begrüßen wir ca. 200 Kunden, Wegbegleiter und Partner „zu Hause“ bei uns in Hamburg, um mit „LaudertConnect“ unser 60- bzw. 20-jähriges Jubiläum zu feiern.



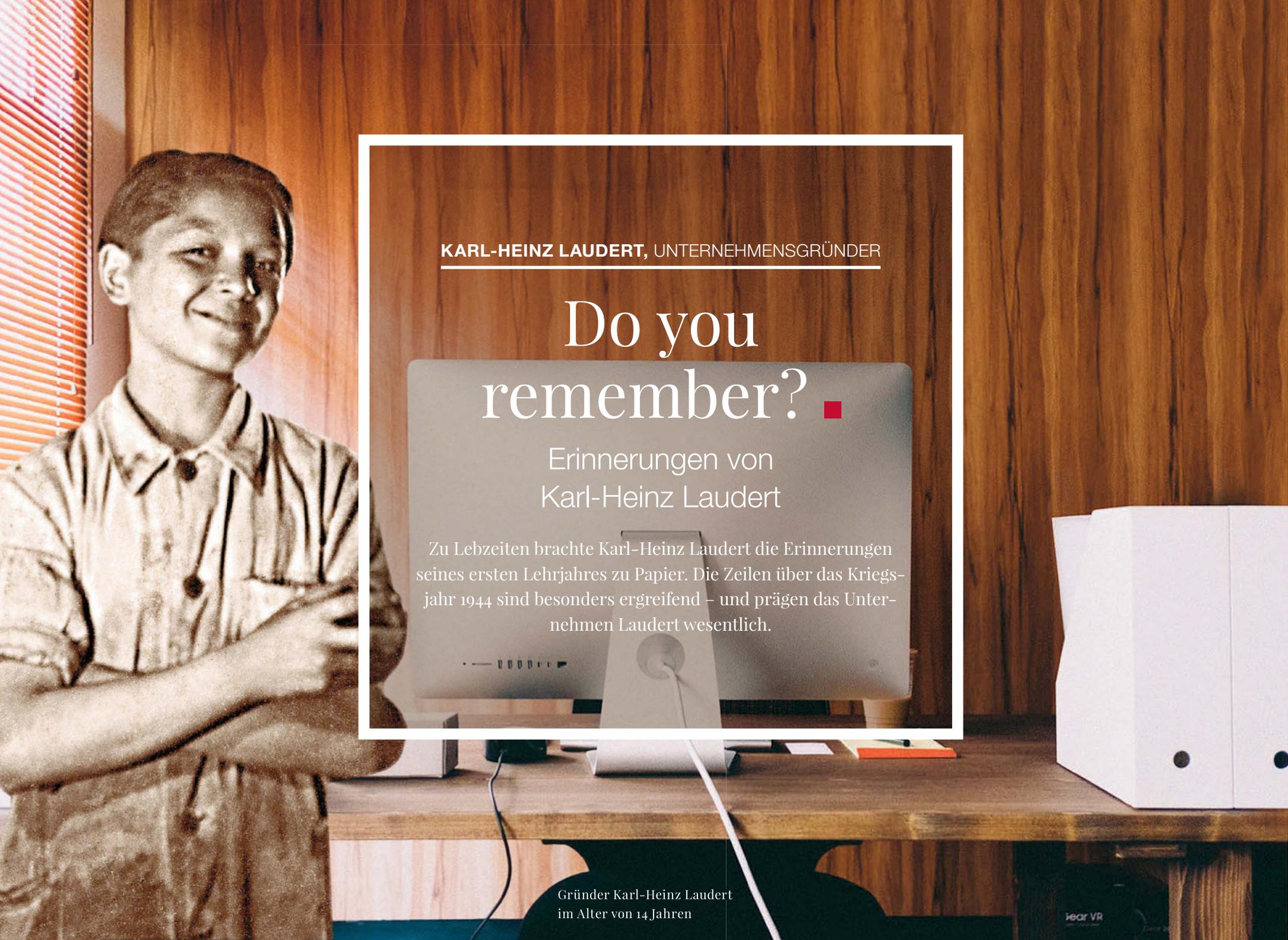
Erfolgreich sind wir nur gemeinsam. Daher schenken wir uns zum Jubiläum diesen Event, der uns alle noch intensiver vernetzen und inspirieren wird. Im Rahmen von Connect widmen sich Branchenkenner und Marketingexperten in verschiedenen Keynotes und interaktiven Diskussionsrunden den Herausforderungen der Digitalisierung. Zu den hochkarätigen Referenten zählen KI-Experten der Otto Group ebenso wie Innovations-Blogger Gerriet Danz, ein „18tes Kamel“ sowie der TV-, Sterne- und Mannschaftskoch Björn Freitag, der sich zusammen mit den Gästen und seiner Catering-Crew um die aromatischen Verbindungen für die Netzwerker kümmern wird. In Breakout-Sessions reichern wir die strategischen Themen von der Hauptbühne mit operativem, praxisnahem Input durch unsere Technologie-Partner und Laudert-Experten an.

Bereits am Vortag startend, findet in Kooperation mit der Modelagentur MGM Models außerdem ein großes Casting in den Laudert-Studios statt, bei dem die geladenen Unternehmensvertreter aus der Fashion-Branche auf über 100 internationale Topmodels treffen. Der Casting-Marathon wird aufgrund der sehr positiven Resonanz nach der Erstausgabe im Januar 2016 bereits zum zweiten Mal ausgerichtet.

Über die wichtigsten neuen Erkenntnisse aus den Vorträgen und Diskussionen werden wir ausführlich in der nächsten Ausgabe unseres Magazins berichten. ■

Text und Fotos: Laudert, Shutterstock





**KARL-HEINZ LAUDERT, UNTERNEHMENSGRÜNDER**

# Do you remember? ■

## Erinnerungen von Karl-Heinz Laudert

Zu Lebzeiten brachte Karl-Heinz Laudert die Erinnerungen seines ersten Lehrjahres zu Papier. Die Zeilen über das Kriegsjahr 1944 sind besonders ergreifend – und prägen das Unternehmen Laudert wesentlich.

Gründer Karl-Heinz Laudert im Alter von 14 Jahren

„Als Zeitzeuge möchte ich am Beispiel meines ersten Ausbildungsjahres ein paar Erinnerungen vortragen, wie das so ablief im letzten Kriegsjahr 1944.“

Das begann schon damit, dass es kaum noch funktionierende öffentliche Verkehrsmittel gab. Ende Juni lag bei einem Tages-Luftangriff der Amerikaner mein Ausbildungsbetrieb Carl-Lange-Verlag in Duisburg in Schutt und Asche. Die Mitarbeiter, auch ich, saßen im Keller und erlebten, wie über uns alles zusammenbrach. Der Keller hielt einigermaßen, aber wir waren verschüttet.

### **So endeten zunächst mal meine ersten drei Monate Lehrzeit.**

Ich wurde, wie andere 14-jährige Jugendliche auch, dienstverpflichtet, im Raum Emmerich Panzergräben auszuheben. Wie das war? Lächerlich! Bei einem plötzlichen Luftangriff wurde ich am Bein verletzt, nicht besonders schlimm, aber wegen der katastrophalen medizinischen Versorgung bekam ich Wundbrand. Durch diese Verletzung kam ich wieder nach Duisburg, meldete mich bei der zuständigen Dienststelle und wurde zwecks weiterer Ausbildung dienstverpflichtet nach Essen zur Firma Vignold. Es ging nun täglich nach Essen, z. T. auf Lastwagen mit 20 bis 40 Menschen auf der Ladefläche, z. T. zu Fuß. Es gab auch Tage, wo ich nach Essen kam, aber abends nicht mehr zurück. Ich habe dann im Betrieb geschlafen. In der zweiten Hälfte November 44 gab es in Essen einen Tagesangriff. Die Mitarbeiter flüchteten in einen 400 m entfernten Schlackenbunker für bis zu 30.000 Menschen. Nach der Entwarnung haben wir Vignold kaum wiedergefunden. Es stand kein Stein mehr auf dem anderen. Wieder eine neue Dienstverpflichtung. Ich wurde zu Giradet eingeteilt. Sechs Wochen später lag auch Giradet in Schutt und Asche. Neue Dienstverpflichtung ab Januar 45 bei Krupp Graphia in Essen. Ende Januar, Anfang Februar brach im Prinzip alles zusammen. Kein öffentliches Leben, kein Strom, kein Wasser, auch keine Lebensmittel mehr. Man lebte, nennen wir es ruhig so, von zusammengeklauten Sachen. An Ausbildung war seit Anfang 45 nicht mehr zu denken. Dann im April das Ende. Im Mai 45 wurden auf Anweisung der Besatzung die Reste der Firma Vignold nach Duisburg geholt und mit den Resten vom Carl-Lange-Verlag in provisorisch eingerichteten Räumen zusammengestellt. Es wurde unter Umständen, die man sich heute gar nicht mehr vorstellen kann, wieder „reproduziert“.

Text und Fotos: Karl-Heinz Laudert, Unsplash

**So endete mein erstes Lehrjahr, und es begann mein zweites“.** ■

# Virtuelle Produktentwicklung im PIM ■

Wie STEINEL mehr aus seinen Produktdaten macht

STEINEL realisiert mit dem Contentserv-System das Produktdaten-Management in mehreren Sprachen sowie die Ausspielung der Produktdaten ins Web, in Kataloge und Marktplätze.



Der Spezialist für Sensorik, Sensor-Licht und Thermowerkzeuge führt gemeinsam mit Laudert die technologieführende Software-Lösung von Contentserv ein, um den wachsenden Anforderungen der Digitalisierung gerecht zu werden.

STEINEL bietet nachhaltige Produkte mit exzellenter Qualität und intelligenter Steuerung. In der fast 60-jährigen Geschichte hat das Unternehmen mehr als 300 Patente, Gebrauchs- und Geschmacksmuster eingetragen, aus denen über 2.500 Produkte entstanden sind. Diese Innovationskraft will STEINEL nun auch in seinen Produktdaten nutzen – mit dem Product Information Management (PIM) und Media Asset Management (MAM) System von Contentserv.

## Intelligente Produkte für smarteres Leben

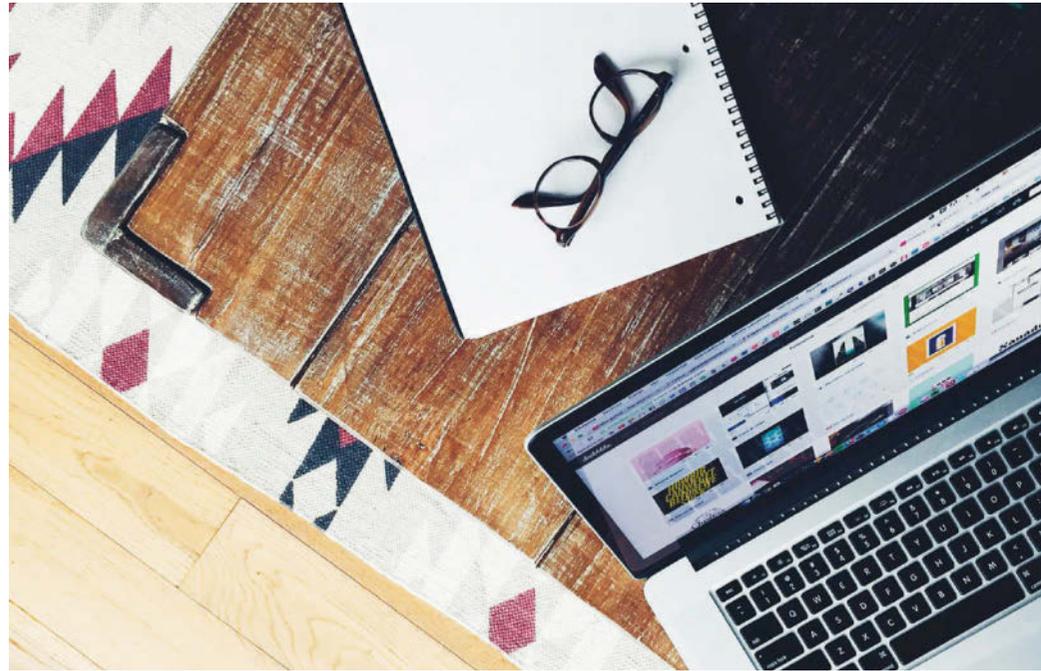
1959 gründete Heinrich Wolfgang Steinel das Unternehmen STEINEL in Herzebrock-Clarholz. Seitdem hat sich STEINEL konsequent vom Pionier zum Technologie- und Innovationsführer in den Marktsegmenten **Lichtsteuerung durch Sensortechnik sowie Heißluftgeräte und Heißklebepistolen** entwickelt. In den eigenen Entwicklungszentren in Deutschland, Tschechien und der Schweiz entstehen innovative und intelligente Produkte von Weltruf. Die Produktion erfolgt ausschließlich in den firmeneigenen Werken in Deutschland, der Schweiz, Rumänien und Moldawien. Mit den Marken STEINEL und STEINEL PROFESSIONAL werden Produkte und Lösungen für Heimwerker und Profi-Anwender gleichermaßen angeboten. Die Marke STEINEL PROFESSIONAL umfasst intelligente Produkte und durchdachte Systeme für den Profi-Anwender. Energieeffizienz und der Einsatz neuester LED- und Sensor-Technologie stehen im Vordergrund. Qualitativ hochwertige Produkte für den Heimwerker für mehr Sicherheit und Komfort im Alltag werden unter der Marke STEINEL über ausgewählte Baumärkte vertrieben. Sieben eigene Vertriebsniederlassungen in England, Frankreich, Italien, Österreich, Rumänien, den

USA sowie ein umfangreiches Netzwerk eigenständiger Distributoren unterstützen die STEINEL Vertriebsaktivitäten in mehr als 70 Ländern. Insgesamt beschäftigt das Unternehmen an sechs Produktionsstandorten und weltweiten Niederlassungen über 1.400 Mitarbeiter.

## PIM als zentrales Element für Übersetzung und Produktentwicklung

Das Unternehmen setzt mit der Einführung des Contentserv PIM und MAM nun auch im Bereich der Produktdaten auf Innovation. Neben den klassischen Aufgaben wie der Zentralisierung sämtlicher Produktinformationen und der medienneutralen Erstellung, Übersetzung und Ausspielung in sämtliche Kanäle hat STEINEL einen besonders innovativen Ansatz zu bieten. Im Contentserv-System werden aus virtuellen Produktkomponenten virtuelle Produkte entwickelt und bis zur Serienreife geführt. Mit über 1.400 Produkten und ca. 150 Produkteinführungen pro Jahr realisiert STEINEL mit dem Contentserv-System das Management, die Übersetzung in mehrere Sprachen und die Ausspielung von Produktdaten ins Web, in Printkataloge und Marktplätze. Das Projekt wurde gemeinsam mit dem Contentserv-Partner Laudert umgesetzt. »

**1.400**  
PRODUKTE  
REALISIERT STEINEL MIT  
DEM CONTENTSERV-SYSTEM




**PATRICK  
GROß-HOLTWICK** ■

IT-Projektmanager +  
Ansprechpartner im  
Steinel-PIM-Projekt  
Laudert GmbH + Co. KG  
www.Laudert.com

### René Wolfgang Heinz, Director of Information Technology

„Ziel war es, die Basis für eine konsequente Digitalisierung mithilfe von Prozessänderungen und systemischen Lösungen zu legen. Im gesamten Projektverlauf wurde dieses Ziel von allen externen Partnern und dem internen Projektteam erfolgreich verfolgt. Aktuell können wir auf eine **zentrale und medienneutrale Datenbasis** zugreifen, damit die Produktinformationen zielgerichtet in alle Kanäle ausgeleitet werden können. Angrenzende Prozesse wurden in diesem Zuge optimiert und digitalisiert. Ein wichtiger Schritt zur voranschreitenden Digitalisierung ist vollzogen“, so der STEINEL Director of Information Technology, René Wolfgang Heinz. ■



Text und Fotos: Contentserv GmbH, STEINEL Vertrieb GmbH, Laudert, Unsplash

### Über die Contentserv GmbH

Contentserv ermöglicht es, Händlern und Markeninhabern bahnbrechende Produkterlebnisse der Zukunft zu erschaffen, indem sie das Potenzial moderner Technologien voll ausschöpfen. Die Vision ist es, den Alltag von Marketern und Produktteams zu vereinfachen, mithilfe einer modernen, umfassenden und geschäftsorientierten Plattform, bei der die Time-to-Value im Fokus steht. Der Anspruch von Contentserv ist es, seine Kunden zu befähigen, dem Wettbewerb immer einen Schritt voraus zu sein. Durch die Kombination von Product Information Management (PIM), Master Data Management (MDM) und Marketing Experience Management (MxM) in seiner Product Experience Plattform erlaubt Contentserv Markenunternehmen und Händlern, die Erwartungen ihrer Kunden mit vielfältigen, relevanten und emotionalen Produkterlebnissen zu übertreffen.

Contentserv wurde von Forrester Research als PIM-Technologieführer ausgezeichnet.

**Mehr erfahren unter**  
[www.contentserv.com/de](http://www.contentserv.com/de).

**FOKUS 2019**

# Endlose Möglichkeiten mit CGI ■

## Ausbau unseres Experten-Teams!

Angesiedelt im Vredener Fotostudio, kann das neu zusammengestellte CGI-Team auf kurzen Wegen Synergien zu den anderen Geschäftsbereichen bilden.

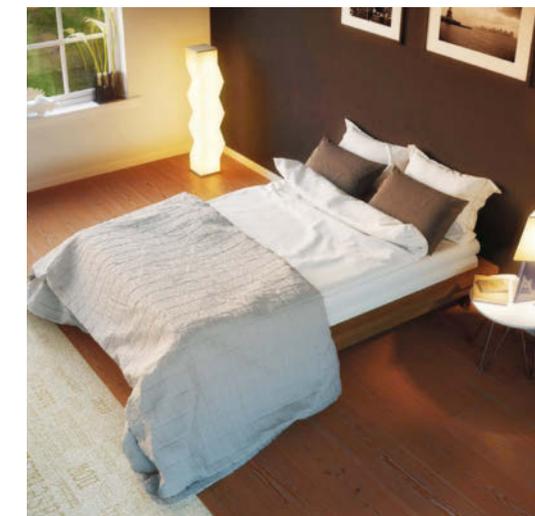
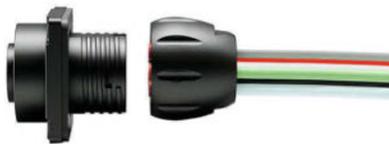
Im Jahr 2014 erweiterten wir mit dem Aufbau eines CGI-Teams am Stuttgarter Standort unser Leistungsportfolio hinsichtlich der effizienten Bilddatenerstellung. Denn wir wussten, dass sich hinter der CGI-Technologie große Potenziale für die Produktkommunikation verbergen – und zwar entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Egal ob es um eine schlichte Produktvisualisierung, eine Montageanleitung oder um die komplexe 360°-Ansicht eines Luxusguts geht: CGI macht vieles möglich. Der Einsatz in der Automobil- und Möbelbranche ist mittlerweile vielfach etabliert; der Nutzen in vielen anderen Branchen, wie z. B. in der Textil- und Fashion-Industrie, wird jedoch erst langsam bekannt. Und dabei können nahezu alle Branchen von der Flexibilität und Vielseitigkeit der digitalen Bildproduktion profitieren – zum Beispiel auch in so genannten Hybrid-Produktionen, in denen der Mix unserer Expertise aus Fotografie, CGI und High-end-Retusche perfekt zum Einsatz kommt.

Text und Fotos: Laudert

In den letzten Jahren haben immer mehr unserer Kunden die Vorteile erkannt, sodass sie jetzt

auch in Vreden auf ein neu zusammengestelltes CGI-Team mit hohem Erfahrungsschatz treffen.

Wie Unternehmen ganz konkret vom CGI-Einsatz profitieren können, zeigt unsere Expertin Luisa Gehlmann zusammen mit Hubert Schlegl von der Witt-Gruppe im Rahmen der **Connect Breakout-Session am 21. März in Hamburg.** ■





MEILENSTEINE DES UNTERNEHMENS

# Eine Zeitreise beginnt. ■

Der Blick zurück in die Laudert-Historie

# 1959

Im Geburtsjahr von Barbie begann die Reise der „Laudert + Co OHG“ – von **Duisburg** nach **Vreden**, von der Klischee-Anstalt zum Medien- und IT-Dienstleister.



**1980** Elektronische  
BILDBEARBEITUNG

Die Bundesregierung veröffentlicht 2014 ihre Digitale Agenda. Lauderts digitale Transformation startet bereits **1980** mit dem Einstieg in die **elektronische Bildbearbeitung**.

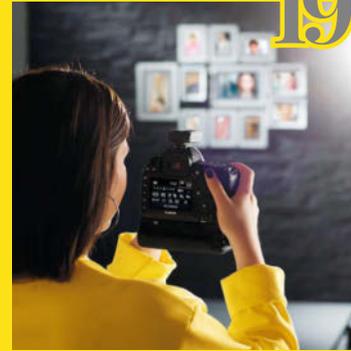


**1990** Electronic  
PUBLISHING

IT  
ABTEILUNG  
1995



„Ich weiß nicht wofür – aber wir brauchen so jemanden!“ – Mit diesen Worten stellte Unternehmensgründer Karl-Heinz Laudert einen Diplom-Mathematiker ein – der Ursprung für das heute über 80-köpfige IT-Team.



1998

Laudert-Studios  
UND DIGITALDRUCK



1999

Laudert  
IN HAMBURG

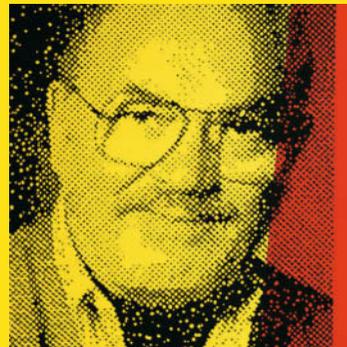


2000

Pünktlich zum Start von Nupedia, Vorgänger von Wikipedia, wird im Jahr 2000 unsere **Ausbildungsakademie** im heutigen Foto-studio eingeweiht.

2006

Und während Deutschland im Juli 2006 ein Sommermärchen erlebt, trauern die Laudert-Mitarbeiter: **Karl-Heinz Laudert** erliegt am Finaltag seinem mit großer Tapferkeit ertragenen Krebsleiden.



Trauer um  
KARL-HEINZ LAUDERT



# Der Erfolg geht weiter ■

2007

Erweiterung der  
GESCHÄFTSLEITUNG



Nur ein Jahr später präsentiert Steve Jobs 2007 das erste iPhone. Unsere ab jetzt **dreiköpfige Geschäftsleitung** ist sofort perfekt vernetzt.

2011



Laudert  
IN STUTT GART

Im Jahr 2012 wird nicht nur Beyoncé Mutter, auch unsere Tochtergesellschaft **Laudert Asia** erblickt in Bangkok das Licht der Welt. 2013 folgt Laudert Vietnam in Ho-Chi-Minh-Stadt.

2012



Verabschiedung  
RAINER LAUDERT



APRIL  
2017

Anfang 2017 wird Donald Trump als 45. Präsident der Vereinigten Staaten vereidigt – da haben wir definitiv mehr Glück mit unserer Führung! Nach 37 Jahren an der Spitze von Laudert verlässt **Rainer Laudert** im April die Geschäftsführung – und die ganze Belegschaft sagt ganz herzlich Danke.

Relaunch  
WEBSITE

NOVEMBER  
2017



Rebranding Laudert  
HOME OF MEDIA



Als sich im November 2017 das Vereinigte Königreich über die Verlobung von Prinz Harry mit seiner Meghan freut, haben auch wir allen Grund zum Feiern: Laudert launcht unter dem Dach des Home of Media nicht nur eine neue Website, sondern auch die **Kreativ-Unit LOFT**.

JUNI  
2018



Laudert  
IN BAD WALDSEE

Trauer um  
ANDREAS ROSING



Neue  
FÜHRUNGSRIEGE

2018

Im Herbst 2018 hat der Europa-Park mit der Wiedereröffnung des „Eurosat“ eine seiner beliebtesten Attraktionen zurück. Für uns gleicht das Jahr ebenfalls einer Achterbahnfahrt. Während wir im Juni feierlich unseren vierten deutschen Standort in Bad Waldsee eröffnen, ist die totale Mondfinsternis im Juli Spiegel unserer tiefen Trauer: Nach kurzer, schwerer Krankheit erliegt unser Geschäftsführer **Andreas Rosing** seinem Krebsleiden. Mit viel Leidenschaft prägte er das erfolgreiche Wachstum, das nun von unserer neuen Führungsriege – bestehend aus **Jörg Rewer, Holger Berthues und Sven Henckel** – weiter vorangetrieben wird.

JUBILÄUM  
2019

Laudert  
Home of Media



EIN FAST REALES **VATER-SOHN-GESPRÄCH**

## Schau mal, Paps! ■

Wenn unser Gründer Karl-Heinz Laudert das Unternehmen heute sehen könnte...

## Hallo Paps,

ich bin's, Rainer. Da staunst du, was? So schnell wird aus dem „Junior“-Chef ein glücklicher Privatier, erfolgreicher Hobby-Golfer, Vollblut-Familienvater – aber immer noch großer Laudert-Fan. Unser Unternehmen feiert Geburtstag und ich wünsche, du könntest sehen, wo es heute steht.

„ Seit über 12 Jahren schaust du nur noch von oben zu, aber ich weiß genau, was du sagen würdest ...

Mit einem verschmitzten Grinsen auf den Lippen würdest du süffisant murmeln: **„Bildet euch mal nichts darauf ein – das hätte ich mindestens genauso hingekriegt. Ich habe die Grundlagen für diesen großartigen Erfolg mit geschaffen.“** Und das hast du auch. In den turbulenten Zeiten Ende der 50er-Jahre hast du das Unternehmen auf starke Füße gestellt. Was damals noch als klassischer Litho-Betrieb mit der Herstellung von Druckformen begann, hat sich heute zu einem der erfolgreichsten Kommunikationsdienstleister Deutschlands entwickelt. Insbesondere in den letzten 10 Jahren wandelte sich Lauderts Gesicht maßgeblich. Mittlerweile erstreckt sich unser Portfolio von effizienter und kreativer Produktfotografie über Mediendienstleistungen samt maßgeschneiderten IT-Lösungen bis hin zum flexiblen Digitaldruck. Allein seit unserem 50-jährigen Jubiläum ist aus 160 Mitarbeitern ein buntes Team aus 480 Medienmachern geworden: ein Wahnsinns-Wachstum!

Selbstironisch höre ich dich in den 1990ern noch lachend sagen: **„Rainer, wir sind die Prostituierten der Druckvorstufe.“** Wenn irgendwas nicht funktionierte, war immer die Litho schuld. Während Laudert damals noch bloßer Lieferant mit Bringschuld war, haben sich unsere Kundenbeziehungen extrem gewandelt – hin zu engen Partnerschaften. Heute arbeiten wir mit unseren Kunden auf Augenhöhe, sind strategischer Berater und treiben uns gegenseitig zu Höchstleistungen an. Es kommt mir vor wie gestern, als du laut über einen Kunden stöhnstest: »

## „Wir müssen eine Ausbildungs-offensive starten!“

habe ich deine deutliche Stimme 1999 noch im Ohr

”

„**Mensch, ist der nervig!**“ Auf meine Frage, warum wir dann überhaupt noch für ihn arbeiten würden, lautete deine Antwort: „**Weil genau der uns weiterbringt. Der legt den Finger in die Wunde. Solche Kunden brauchen wir!**“ Heute weiß ich, wie viel Wahrheit in deinen Worten steckte. Es waren selten die Brands mit den großen Namen, die uns nach vorne brachten, sondern oft unbekanntere Firmen, die uns vor neue Herausforderungen stellten. Auf einmal wollten Kunden 500 Bilder an einem Tag bearbeitet haben, gleichzeitig aber nur noch 8 statt 20 Euro dafür zahlen. Andere Unternehmen hätten vielleicht angefangen zu jammern, aber wir haben stattdessen die Ärmel hochgekrempt und nach Lösungen gesucht. Mit Automatisierungen, Prozessoptimierungen und eigenentwickelten IT-Tools gelang es immer wieder aufs Neue, über uns hinauszuwachsen. Nicht zuletzt waren es auch fallende Preise – teilweise um bis zu 40 % – die uns zwangen, innovative Wege einzuschlagen, um weiterhin rentabel zu arbeiten. Möglich war das nur dank des Muts, mit einem jungen, dynamischen Team Wagnisse einzugehen.

Schon früh warst du derjenige, der unseren Fokus auf die Ausbildung richtete: „**Wir müssen eine Ausbildungs-offensive starten!**“, habe ich deine deutliche Stimme 1999 noch im Ohr. Und wenn mich heute jemand nach den wichtigsten Zutaten für gute Unternehmensführung fragt, dann ist die gute Qualifizierung der Mitarbeiter mit Sicherheit Kernbestandteil meiner Antwort. Aber nicht weniger entscheidend ist auch eine Führungsstruktur, die es schafft, das große Potenzial der jungen Menschen optimal auszuschöpfen. **Mein Anspruch ist es, dass alle Mitarbeiter mit Freude zur Arbeit kommen, und nicht schon am Montag aufs Wochenende hinfiebern.** Faire Löhne sind dafür genauso ausschlaggebend wie unsere Erfolgsbeteiligung, Chancengleichheit und empathische Führungskräfte, die sich ihrer Vorbildrolle bewusst sind. Alle Vorgesetzten müssen an einem Strang ziehen und die richtigen Werte vorleben.

Du warst noch ein Unternehmer der alten Schule. Jemand, der auch mal mit der Faust auf den Tisch gehauen hat und bestimmt verkündete: „**Ich weiß, wie es geht, und so wird das jetzt umgesetzt!**“ Als du dann Ende 2000 die Krebsdiagnose bekamst, wusste ich, dass es ernst wird. Ich habe mir vorgenommen, deine positiven Eigenschaften – den selbstbewussten Aktionismus und deinen Weitblick – zu übernehmen, aber auch meine eigene Unternehmerphilosophie zu entwickeln. Entstanden ist nach deinem Ausscheiden eine dreiköpfige Geschäftsführung, in der kontrovers, aber immer konstruktiv diskutiert wurde. Zusammen mit Andreas Rosing und Jörg Rewer haben wir viel erreicht, was im letzten Jahr sogar in der Auszeichnung zu den Unternehmern des Jahres gipfelte. Das war das größte Highlight meiner Karriere, von dem ich noch meinen Enkelkindern erzählen werde. Dennoch wollte ich immer selbstbestimmt aufhören und bin sehr froh, diesen Schritt im April 2017

gegangen zu sein. Wir haben das Unternehmen mit den beiden Prokuristen Holger Berthues und Sven Henckel auf eine breite Basis gestellt, so dass ich mich beruhigt zurückziehen konnte. „**Sei kein Roland Kaiser – wenn du gehst, dann geh‘ ganz**“, hättest du mir bestimmt geraten. Ein Comeback ist nicht in Sicht. Es ist schön zu sehen, wie das Unternehmen auch ohne mich weiterwächst und ich mich heute gelassen auf meine Beraterfunktion konzentrieren kann. Ich bin tief beeindruckt von der inneren Stärke, die das Unternehmen insbesondere nach dem viel zu frühen Tod von Andreas Rosing im letzten Sommer bewiesen hat. Mit dem neuen Führungstrio, bestehend aus Jörg, Sven und Holger, lebt die Devise „**Überzeugen statt Bestimmen**“ fort. Bei den Dreien treffen Medienproduktions-, IT- und Fotokompetenz aufeinander – gepaart mit einem Haufen Tatendrang und Optimismus.

Ich bin sicher, dass wir perfekt aufgestellt sind, um die zahlreichen Zukunftsherausforderungen erfolgreich zu meistern. Immer mehr verschmelzen unsere Dienstleistungsbereiche, z. B. durch den Einsatz von CGI. In der sogenannten Hybrid-Fotografie wird aus herkömmlichen Modelbildern und computergenerierten Hintergrundszenen eins. Im Onlineshop oder Katalog wird man den Unterschied nicht bemerken. Die Möglichkeiten und die Flexibilität, welche die moderne Technik und die Digitalisierung mit sich bringen, sind enorm, und wir sind perfekt gewappnet. Einer Sache bin ich mir heute ganz sicher: Wenn du uns zu unserem 60. Jubiläum sehen könntest, würdest du sagen: „**Gut gemacht, Leute! Ich bin stolz auf euch. Macht genau so weiter!**“ ■

Text und Fotos: Lautert

„Sei kein Roland Kaiser – wenn du gehst, dann geh ganz“, hättest du mir bestimmt geraten.

”

# Mobile Shopping bei SCHIESSER ■

28 % Umsatzsteigerung nach Relaunch unter der Prämisse „mobile first“

Die Marke **SCHIESSER** steht seit jeher für Unterwäsche mit Wohlühlgarantie und für höchste Ansprüche. Seit 1875 vertrauen Kunden **SCHIESSER**. Wie man Tradition, Innovation und Kreativität über ganze Epochen hinweg in modernen Zeitgeist transferiert, zeigt das Unternehmen im **SCHIESSER** Onlineshop. Dieser ist seit dem letzten Relaunch 100 % responsiv optimiert. Die Marke, Werte und Emotionen werden digital erlebbar – über jedes Endgerät.

**SCHIESSER**  
NATÜRLICH. ZEITGEIST. SEIT 1875



Eine starke Marke wie SCHIESSER braucht einen starken Onlineshop – Wie Marke, Werte und Emotionen digital erlebbar werden

Der Auftrag für den OXID Partner beim SCHIESSER Onlineshop-Relaunch war klar: Der Shop sollte wieder zukunftsfähig werden und der rasch steigenden Anzahl der Kunden gerecht werden, die über ein Smartphone oder Tablet einkaufen. Bereits im ersten Relaunch wurde der responsive Ansatz zu 100 % verfolgt. Der zweite Relaunch fokussierte auf „mobile first“ und hatte zum Auftrag, die Usability zu optimieren und die Marke zum Erlebnis zu machen. Das gelang unter Einsatz des neuesten **OXID eShop**. Der Quellcode sowie alle Module wurden für die optimale Performance des Shops einem umfangreichen Refactoring unterzogen. Modernste Frontend-Technologien liefern die Benutzeroberfläche für alle gängigen Browser und Gerätegrößen. Im Zusammenspiel mit eFulfilment, econda und FACT-Finder ein höchst leistungsfähiger Shop, der Kundenwünsche perfekt zu erfüllen vermag. Mission completed!

„Der Relaunch von SCHIESSER.com war für uns ein voller Erfolg, der sich zum derzeitigen Zeitpunkt bereits an den Performance-Zahlen ablesen lässt. Unseren Online-Kunden können wir zudem ab sofort mit einer noch anwenderfreundlicheren Benutzeroberfläche das Shopping-Erlebnis bequemer machen.“

**Rebecca Seara del Moral,**  
Teamleiterin E-Commerce, SCHIESSER AG »



**SCHIESSER** ■

**Dadurch zeichnet sich  
www.SCHIESSER.com aus:**

- Klarheit, Echtheit, Tradition und Innovation der Marke stehen deutlich im Fokus
- User-Centric, modernes, schlichtes Design, das den Kunden unterstützt
- Hohe Wertigkeit durch großartige Bildwelten und Produktpräsentationen (unter anderem von den Laudert-Studios realisiert)
- Eintauchen des Besuchers in die SCHIESSER Welt
- Höchster Einkaufskomfort von jedem Endgerät
- Marke SCHIESSER: einzigartiges Körpergefühl – online und offline

## Kleider machen Leute – Ziele definiert, Ziele erreicht

In der über 140-jährigen Firmengeschichte von SCHIESSER hat sich die Welt verändert. Gesellschaftlich, wirtschaftlich, technologisch. SCHIESSER ist das Paradebeispiel eines Unternehmens, das sich neuen Herausforderungen konsequent gestellt und die neuesten Kunden- und Marktanforderungen konsequent umgesetzt hat. Das Ergebnis: ein Produkt, das die Zeit überdauert und ein Onlineshop, der mit der Zeit geht. ■

Text und Fotos: OXID eSales, SCHIESSER.com

## DIE ZAHLEN BELEGEN DEN ERFOLG

**28%**  
**UMSATZSTEIGERUNG**

**26%**

**ZUWACHS AN  
BESTELLUNGEN**



## ÜBER DIE OXID eSales AG

Die Freiburger OXID eSales AG ist einer der bekanntesten Hersteller von E-Commerce-Lösungen im deutschsprachigen Raum. Unternehmen wie die Deutsche Post, Edeka, SCHIESSER und Mercedes-Benz betreiben Onlineshops auf Basis der OXID Plattform. Diese ist für ihre hohe Flexibilität, Individualität und Qualität bekannt. Was OXID eSales ausmacht, ist die Summe aus dem, was das Unternehmen das OXID Ökosystem nennt: über 150 zertifizierte Partner, 45.000 Entwickler der Open Source Community, das Support und Professional Services Team sowie die OXID Academy. Die Vorteile: eine hohe Innovationsgeschwindigkeit, qualitativ hochwertige Entwicklungen und langfristige Investitionssicherheit.

## KOOPERATION MIT **LITTLE BIG WORLD**

# Laudert unterstützt Schule in Indien ■

Seit zwei Jahren unterstützt Laudert den 2011 gegründeten Verein Little Big World e.V. aus Vreden – eine gemeinnützige Organisation, die sich für Hilfe in Entwicklungsländern einsetzt. Die Kooperation begann 2017, als unser Foto- und Videograph Jens Isler das Team in Indien beim Bau einer Wasseraufbereitungsanlage mit Laudert-Equipment filmisch begleitete.

Im selben Jahr folgte die Übergabe eines Spendenschecks aus dem Erlös unserer Weihnachtstombola. Und auch bei der letzten Laudert-Weihnachtsfeier ging der Gesamtwert des Losverkaufs wieder an Little Big World. Dafür kauften die Mitarbeiter Lose im Wert von insgesamt 3.800 Euro.

Neben diesen Spenden besiegelte Laudert Anfang des Jahres auch die Kooperation für ein neues Projekt: In Zusammenarbeit mit dem Verein Learn for Life sorgt Little Big World für die Förderung der Badi Asha („Gute Hoffnung“) Schule in Varanasi. Über 140 Kinder im Alter von 4 bis 16 Jahren besuchen dort den Kindergarten bzw. die Schule, lernen lesen, schreiben und rechnen sowie die grundlegenden Kenntnisse in der Gesundheitsversorgung, Geographie und Geschichte. Des Weiteren wird eine Berufsausbildung von Bäcker-Lehrlingen ermöglicht. Mit einer jährlichen Spende von 5.000 Euro über einen Zeitraum von fünf Jahren deckt Laudert die Kosten für zwei Ausbilder sowie die Nutzung von Maschinen und Rohmaterial. Ziel des Projekts ist es, den Kindern die Perspektive auf ein erfolgreiches Arbeitsleben zu geben und ihre Entwicklung zu fördern. Sie erhalten täglich ein kleines Frühstück und ein gehaltvolles Mittagessen, das im Rahmen des Frauenprojekts, d. h. von Müttern der Kinder, die dafür fair entlohnt werden, zubereitet wird. Die Schule gibt Lehrern und Kindern aus allen Kasten und Religionen die Chance auf ein gemeinsames Arbeiten und Lernen. ■

Text und Fotos: Laudert, Little Big World e.V.



# NEWS FACTS+

**17-FACHER NACHWUCHS** BEI LAUDERT

## Hohe Familienfreundlichkeit im Home of Media

Nachdem die Auftaktveranstaltung vor einem Jahr mit den Babys aus 2017 sehr gut ankam, war das diesjährige und damit zweite Family-Networking ebenso ein voller Erfolg. „Auch wenn wir die Rekordzahl aus dem letzten Jahr nicht ganz erreichen konnten – wir bieten unseren Mitarbeitern viel für steigende Geburtenraten“, freute sich Jörg Rewer.

Familienfreundlichkeit wird bei Laudert schon lange groß geschrieben. Und das sagen wir nicht einfach nur so! Die Zahl der wiedereingestiegenen Mitarbeiter nach der Elternzeit bzw. derjenigen in Teilzeit zeigt sehr deutlich, dass das Unternehmen sehr großen Wert auf ein familienfreundliches Arbeitsumfeld legt. Individuelle Arbeitszeitmodelle sorgen für maximale Flexibilität – so lassen sich Beruf und Familie sehr gut vereinbaren. „Unser Hauptsitz hier in Vreden ist geprägt von einer rundum ländlichen Region. Ein Großteil der Mitarbeiter stammt gebürtig aus dem nahen Umkreis – hier kennt quasi jeder jeden. Themen wie Familie und Zusammenhalt werden hier nach wie vor sehr stark gelebt –



### **GANZ SCHÖN UNHEIMLICH**

## Grusel-Lesung mit Christoph Tiemann!

„Bis das Blut gefriert“ – so hieß die Einladung zum ersten Laudert-Interaktiv-Abend in diesem Jahr. Kabarettist und Autor Christoph Tiemann nahm 60 Mitarbeiter mit auf eine schaurige Reise durch düstere Welten der Literatur.

Bei Kerzenschein und effektvollem Pianospiele schlüpfte er in mysteriöse Rollen und sorgte mit hochspannenden Inhalten bei den Zuhörern für Mucksmäuschenstille – und einen kalten Schauer, der über so manchen Rücken lief. ■

Im letzten Jahr erblickten 17 Neugeborene der Laudert-Mitarbeiter das Licht der Welt! Eine erfreuliche Zahl, die Anfang des Jahres im Rahmen eines Baby-Treffens inkl. Foto-Shooting bei Kaffee und Kuchen für die Mamas und Papas gebührend gefeiert wurde.



und genau das möchten wir als Unternehmen weiter stärken“, so Jörg Rewer, selbst zweifacher Familienvater. Die große Bedeutung von Familienfreundlichkeit für Laudert wurde im letzten Jahr auch von der Zeitschrift „Eltern“ bestätigt: Hier wurde Laudert als eines von 99 besten deutschen Unternehmen für Familien genannt. ■

# 17

**NEUGEBORENE**  
LAUDERT-BABYS IN 2018

Text und Fotos: Laudert, fotoPRO, Unsplash

### **NEUER IMAGEFILM** AUS MITARBEITERSICHT

## Faires Miteinander, Wir-Gefühl, Chancengeber

Was zeichnet Laudert aus? Wofür steht das Unternehmen? Und was macht es besonders? In kurzen Video-Sequenzen beschreiben die Laudert-Mitarbeiter und die Geschäftsleitung aus ihrer ganz persönlichen Sicht, was das Unternehmen (aus-)macht. Das entstandene Gesamtwerk zeigt perspektivreiche Einblicke der vielseitigen Laudert-Welt. Als Arbeitgeber zeigt sich Laudert sehr flexibel, bietet Freiheit und Vertrauen und legt großen Wert auf Nachwuchsförderung. <https://www.laudert.com/karriere.html> ■



### **ZEIT FÜR PERFEKTION**

## Fotografen im Interview mit der fotoPRO

Dass die Uhrenfotografie eine besondere Disziplin der Produktfotografie darstellt, zeigt das Interview mit unseren Fotografen Laura Ruda und Jürgen Fritz in der letzten Winternummer der fotoPRO, dem Fachmagazin für Profi-Fotografen. Die Experten beantworteten der Redaktion Fragen rund um die Uhrenfotografie – von der technischen Ausrüstung über Besonderheiten und Herausforderungen bis hin zu aktuellen Bildtrends. Das gesamte Interview zum Nachlesen – sowie viele weitere spannende Cases und Neuigkeiten – finden Sie in unserem Online-Magazin auf [www.Laudert.com](http://www.Laudert.com). ■



### **FOTOVOLTAIKANLAGE:** LAUDERT

CO<sub>2</sub>-Vermeidung in 2018:

# 215,48 TONNEN

### **VITAMINBOMBE:**

# 24<sup>50x</sup> OBSTKÖRBE im Jahr

# NEWS FACTS+

## IT-REGION WESTMÜNSTERLAND

### NRW-Wirtschaftsminister Pinkwart lobt „Macher-Region“

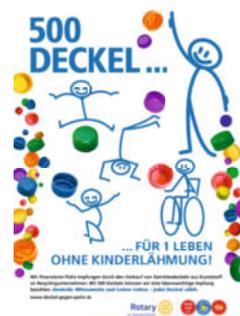
Das westliche Münsterland ist eine wahre Boom-Region in der digitalen Wirtschaft. Daher lud die WFG Borken zu einer besonderen Gesprächsrunde ein: Vertreter zehn westmünsterländischer IT-Unternehmen tauschten sich mit Landeswirtschaftsminister Andreas Pinkwart und weiteren Vertretern aus Politik und Wirtschaft über die IT-Branche in der Region aus. Thematisiert wurde die große Dichte dort ansässiger Digitalunternehmen und der vergleichsweise kleine Bekanntheitsgrad dieser über regionale Grenzen hinaus. Pinkwart lobte die Entwicklung der Unternehmen durch starke Persönlichkeiten und war begeistert, mit welchen Konzepten sie arbeiten. „Positiv war vor allem, dass durch die kleine Runde sehr praktische Themen diskutiert werden konnten, denn durch die ländliche Region stehen wir als Unternehmer vor besonderen Herausforderungen“, so Jörg Rewer, geschäftsführender Gesellschafter von Laudert. „Darüber hinaus wurden auch die Werte Bodenständigkeit, Zuverlässigkeit und Machermentalität hervorgehoben, für die unsere Region und auch wir bei Laudert stehen“, ergänzt Sven Henckel, Leiter der IT. ■



## AKTION „DECKEL GEGEN POLIO“

### Laudert sammelt Flaschen- deckel für ein Leben ohne Kinderlähmung!

Polio ist eine hoch ansteckende Infektionskrankheit, die insbesondere Kleinkinder unter fünf Jahren betrifft. Auch wenn sie in Deutschland inzwischen als ausgerottet gilt, führt sie in einigen Ländern Asiens, Afrikas und Osteuropas immer noch zu Lähmungen, Verkrüppelungen oder sogar zum Tode. Eine Heilung gibt es nicht, doch eine vorbeugende Schluckimpfung führt zu lebenslangem Schutz. Ziel des Projekts „Deckel gegen Polio“ von der Organisation Rotary International ist, gesammelte Kunststoffdeckel an Recyclinghöfe zu verkaufen, um davon Impfungen gegen Polio zu finanzieren. Ein Kilogramm, also etwa 500 Deckel, entspricht dem Wert einer Impfdosis. Die jeweiligen Beträge werden dabei von der Bill & Melinda Gates Stiftung verdoppelt. Vor drei Monaten richtete Laudert interne Sammelstellen ein, die die Mitarbeiter seitdem fleißig befüllen. ■



„Bodenständigkeit,  
Zuverlässigkeit  
und Macher-  
Mentalität“ ■

wurden für die Region als  
markante Werte hervorgehoben,  
für die auch Laudert steht.

Text und Fotos: Laudert, WFG Borken, Deckel drauf e.V., Unsplash, fotoPRO, Instagram

## ANZAHL MITARBEITER:

480  
390 Mitarbeiter in Deutschland  
davon allein

## UMZUG IN REKORDZEIT

### Bangkok-Team zieht ein paar Hochhäuser weiter

Im November letzten Jahres bezog das Laudert-Team Bangkok neue, größere Büroräume. Innerhalb von nur einem Wochenende hat sich die Mannschaft in ihrem neuen Quartier eingerichtet. Der tatkräftige Einsatz der thailändischen Mitarbeiter sorgte für große Begeisterung und einen reibungslosen Umzug. Erstaunlich auch die technische Flexibilität: Während man sich in Deutschland oftmals noch stark um Glasfaseranbindungen bemühen muss, sind die Netze in Thailands Metropole bestens ausgebaut. ■

1.092

INSTAGRAM  
ABONNENTEN



@laudertstudios

Ob Instagram, Facebook, Xing oder LinkedIn – folgen Sie unseren Social Accounts, um immer auf dem neuesten Stand zu bleiben!

## E-AUTO IM FUHRPARK

### Erstes Fazit: Top!

Der erste E-Golf in unserem Fuhrpark hat jetzt bereits einige Kilometer auf dem Tacho. Zeit für ein erstes Fazit: Für unsere Stadtfahrten rund um Vreden ist der Elektroswagen mit einer Reichweite von etwa 300 km optimal geeignet. „Der E-Motor sorgt für eine zügige, permanent gleiche Beschleunigung in allen Drehzahlbereichen. Das macht Spaß und man ist flott unterwegs“, so Jörg Rewer nach seiner persönlichen Probefahrt. Im Zusammenspiel mit unserer Fotovoltaikanlage sind wir recht grün unterwegs. ■

## GRÜN UNTERWEGS

300 km

REICHWEITE MIT DEM E-MOTOR

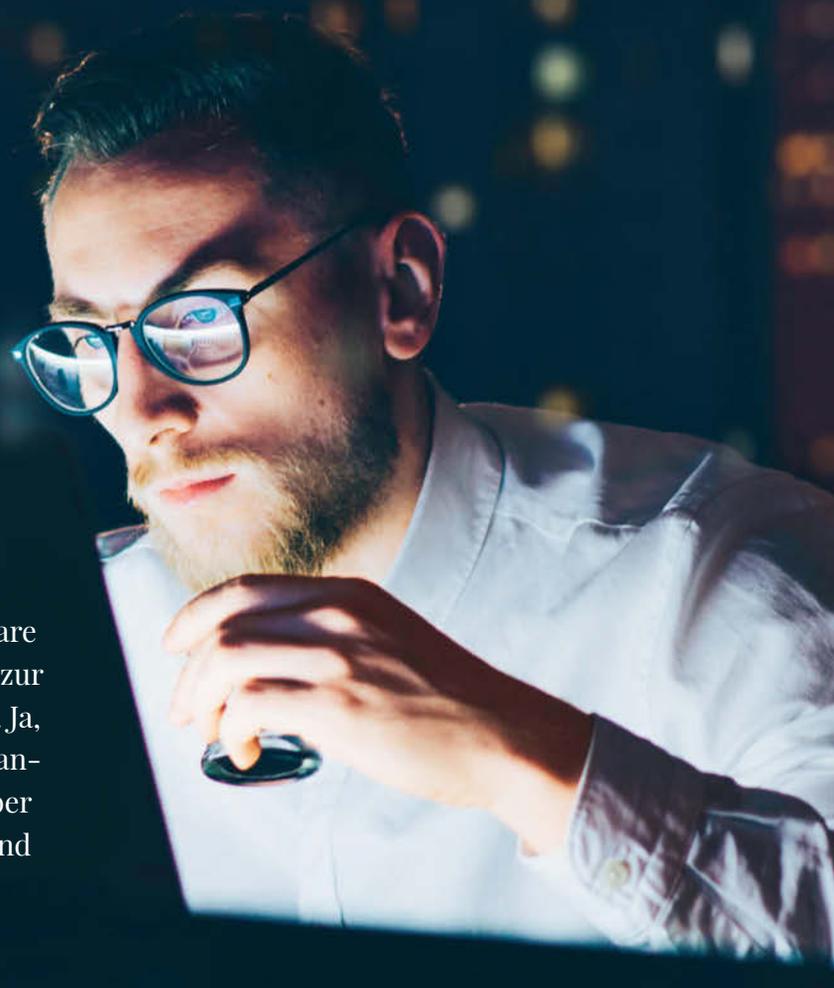


SVEN HENCKEL, LEITUNG IT

# Vom Lügen und Betrügen in Software-Projekten ■

Tagebuch eines IT-Consultants

Alle Produktinformationen mithilfe der richtigen Software verwalten und für die Kommunikation in allen Kanälen zur Verfügung stellen – so schwer kann das doch nicht sein. Ja, das ist jetzt die Stelle, an der genervte Entscheider in Handels- und Industrie-Unternehmen auflachen dürfen. Aber glauben Sie mir eins: Auch wir Software-Integratoren und -Hersteller haben es manchmal nicht leicht.



## Aus dem Tagebuch

Berater: das Wort setzt sich zusammen aus betrügen und raten, wurde mir mal gesagt. Doch der Alltag ist schon verrückt genug und schreibt wildere Geschichten, als ich es je könnte. Und es sind nicht immer nur die abgezockten Dienstleister, sondern oft auch die Kunden, die es geradezu herausfordern, belogen und betrogen zu werden. Glauben Sie nicht? Dann lasse ich Sie gerne in mein Tagebuch blicken...

### Ausschreibungen

Was uns da regelmäßig ins Haus flattert, folgt eigentlich immer einem ähnlichen Aufbau. Kunden listen ihre Anforderungen auf, priorisieren diese und fordern die Software-Hersteller oder Integratoren dann auf anzugeben, ob sie erfüllt werden können. Nach der Auswertung werden die vermeintlich besten ausgewählt und dürfen sich persönlich vorstellen. Was den Anschein von Objektivität erweckt, daran hätte Pipi Langstrumpf wohl ihre große Freude: Frei nach dem Motto „Ich mach‘ mir dir Welt, wie sie mir gefällt“ laden die Ausschreibungen zu großzügigen Interpretationen ein. Unterstützt Ihre Print-Publishing-Technologie mehrere Layoutprogramme? Aber klar: InDesign CC 2015 und 2017 – das sind doch zwei Programme.

Und hat Ihr webbasiertes PIM-System eine Rechtsschreibprüfung? Natürlich, das deckt der Browser doch mit seiner integrierten Funktion ab. Widderwidderwitt – im Handumdrehen werden die Ausschreibungsunterlagen so zu „Ja-Listen“, bei denen alle, die sie ehrlich ausfüllen, Gefahr laufen, nicht in die nächste Runde zu kommen.

### Projektdauer

Wenn es um die Projektdauer geht, fällt meistens ein Satz, der gleichzeitig nicht wahrer und doch inhaltloser sein könnte: „Es kommt darauf an“. Und das ist tatsächlich so, denn während der Vertriebsphase steht der Projektumfang meist noch gar nicht so genau fest.

Dennoch erlebe ich, dass einige Software-Hersteller und Integratoren viel zu kurze Projektzeiträume kommunizieren – Hauptsache die Führungsriege des Kunden ist zunächst zufrieden und man erhält den Auftrag. Das Perfide: Oftmals hapert es danach auf Kundenseite und genau das wissen die Dienstleister.

Denn kundenseitig mangelt es sehr häufig an den eigenen Ressourcen zur Durchführung aufwendiger Software-Projekte. Wer übernimmt die Projektleitung? Das Projekt neben der 40-Plus-Stundenwoche leiten? Meist keine gute Idee.

Wer sammelt in einem PIM-Projekt die vorhandenen Daten zur Übernahme ins neue PIM-System zusammen, wer bereitet sie auf? Und wer pflegt die meist vielen tausend bestehenden Produkte im PIM-System bis sie zur Nutzung in allen Kanälen

# DER SCHLÜSSEL ZUM ERFOLG IST VERTRAUEN

Sven Henckel, Leitung IT

freigegeben werden können? Denn erst danach zeigt das zu Beginn hochgepreisene PIM-System seinen wahren Nutzen.

## Lizenzpreise

Statt eines Festpreises für alle gleicht das Preissystem von Software-Produkten eher dem Treiben auf einem türkischen Basar. Überzogene Listenpreise werden teilweise um 90 % rabattiert. Statt 1 Mio. Euro gemäß Liste stellen manche Hersteller schon mal nur 100.000 Euro in Rechnung. Der Mensch liebt nun mal Rabatte und erst recht der Einkäufer. Aber mein persönliches „Lieblingssystem“: Preise anhand der Außenfassade des Kunden. Klingt abenteuerlich? Genau so schon bei einem Hersteller erlebt. Dieser Hersteller hatte keine Preisliste. Der Preis wurde daran festgemacht, was sich der Kunde augenscheinlich erlauben kann. Die tatsächlich schöne Außenfassade des Firmengebäudes fand sich also gewissermaßen im Angebot wieder.

Dabei gibt es auch gute Gründe es so zu machen. Immerhin scheint es nur fair, den Preis davon abhängig zu machen, wie viel das System dem Unternehmen tatsächlich nützt. Kann

ein Unternehmen sich offensichtlich teure Software leisten, warum dann nicht auch dies bei der Preisfindung berücksichtigen? Mehr Intransparenz bei der Preissetzung geht allerdings kaum.

## ...Und jetzt?

Was ich in meinen vielen Jahren als Consultant in Software-Projekten gelernt habe: Der Schlüssel zum Erfolg ist Vertrauen. Letztendlich ist die Einführung einer neuen Software nicht nur mit hohen Kosten und viel Arbeit, sondern auch mit enormer Bürokratie und Politik verbunden. Und dabei geht es um die Menschen. Ja, Ausschreibungsunterlagen und verbindliche Aussagen sind wichtig, um Projekte zu initiieren, durchzusetzen und zu planen. Allerdings müssen sich sowohl Kunden als auch Software-Hersteller und Integratoren bewusst sein, dass auch eine gesunde Portion Pragmatismus gefordert ist. Worauf es wirklich ankommt, sind weniger monatelange Auswahlprozesse anhand pseudo-objektiver Bewertungskriterien, als vielmehr das persönliche Gespräch und die Meinungen anderer Kunden. Entscheider sollten sich Zeit nehmen und Erfahrungsberichte anderer Unternehmen einholen. Nur diese können authentisch bewerten, wie ein Dienstleister tatsächlich tickt und arbeitet. Denn ein „Ja“ in Excel-Listen einzutragen und ein selbstbewusstes „Sicher, nur 2 bis 3 Monate“ in den Raum zu werfen, das kann jeder. Software-Projekte dann aber auch mit Engagement, Kundenverständnis und offener Beratung umsetzen, aber eben nicht. ■

Text und Fotos: Laudert, Shutterstock



**SVEN HENCKEL**

Leitung IT  
Laudert GmbH + Co. KG  
www.Laudert.com

# Zanderfilet.

mit Kartoffel-Brunnenkresseragout  
und Purple Curryschmelze

## REZEPT VON BJÖRN FREITAG

Erfolgsrezept bei LaudertConnect  
in Hamburg



**Björn Freitag**  
TV- und Sternekoch

Foto: Justyna Schwermer

### Zutaten für 4 Personen

300 g Zanderfilet  
Salz, weißer Pfeffer  
(Altes Gewürzamt)  
etwas Butterschmalz

Den Zander entgräten und mit Salz und Pfeffer würzen, dann in einer Pfanne je nach Größe ca. 6 Min. braten. Dabei darauf achten, dass er zu 80 % der Zeit auf der Haut brät. Aus der Pfanne nehmen und mit der Schmelze anrichten.

### Ragout

4 dicke Kartoffeln mehlig kochend  
1 TL Gewürzmischung für  
Kartoffelstampf  
(Altes Gewürzamt)  
1 Bund frische Brunnenkresse  
Etwas Muskatnuss frisch gerieben  
(Altes Gewürzamt)  
200 ml Milch  
Prise Salz  
2 EL Butter

Die Kartoffeln geschält und gewürfelt in Salzwasser kochen. Die Milch mit der Butter, Muskatnuss und der Gewürzmischung erwärmen und die frisch gehackte Kresse dazugeben. Die Kartoffeln durch eine Presse in die Milch drücken und alles gut durchrühren.

### Schmelze

3 EL Paniermehl  
1 TL Purple Curry  
(Altes Gewürzamt)  
100 g Butter

Die Butter in der Pfanne schmelzen und leicht bräunen. Dann die anderen Zutaten einrühren und warm stellen.

*Guten  
Appetit!*

# Von wegen 08/15 Printprodukte ■

Wie vielfältig Printausleitungen eingesetzt werden können

Sie denken bei der Printausleitung an technische Datenblätter oder an hunderte Seiten starke Preislisten? Klar, solche Produktinformationen sind prädestiniert für eine automatisierte Ausleitung auf Basis der **priint:suite**. Doch neben der Erstellung rein informativer Inhalte bietet die Implementierung einer Printausleitung weit mehr: Sie gestaltet sich genauso individuell wie ihr Kunde – und verbindet dabei Technik mit Kreation. So entstehen auf Knopfdruck Printmaterialien für unterschiedlichste Einsatzzwecke.



**MICHAEL GIESEN** ■

IT-Consultant + Experte für  
die priint:suite  
Laudert GmbH + Co. KG  
www.Laudert.com

## Datenquelle + Layoutprogramm + priint:suite = vielfältiger Output

Nur drei Komponenten werden benötigt, damit die Basis für eine automatisierte Publikationserstellung steht. Eine einfache Rechnung, wenn man bedenkt, welch umfangreicher Output dadurch erzielt werden kann: Der Farbenhersteller Brillux nutzt die Technologie beispielsweise zur vollautomatisierten Erstellung zahlreicher Etiketten für Farben und Lacke. Die besondere Herausforderung hier: Auf begrenztem Platz müssen sowohl alle produktrelevanten als auch rechtliche Angaben untergebracht werden. Im Printausleitungsprozess wird der vorhandene Platz analysiert, um im Anschluss alle Elemente in ihrer Schriftgröße und ihrem Format anzupassen.

Ein völlig anderes Beispiel liefert der Outdoor-Bekleidungsspezialist Jack Wolfskin: Innerhalb von nur drei Wochen werden rund 1.500 Artikel fotografiert, bilddaten-technisch optimiert und letztlich zu einem umfangreichen Katalog mit detailliertem Inhaltsverzeichnis zusammengefasst. Der Clou dabei ist die gezielte Verbindung von IT und Kreativität. Vor Produktionsbeginn wird die Gestaltung der Seiten genau festgelegt, sodass Produktinformationen, »



Text und Fotos: WERK II, Laudert, Shutterstock

redaktioneller Inhalt und formatfüllende Emotionsbilder harmonisch zu einem Gesamtwerk zusammengefügt werden.

Allein anhand dieser beiden Beispiele wird der vielfältige Einsatz der priint:suite deutlich. Unterschiedlichste Kundenanforderungen lassen sich in den Templates abbilden. Mit den richtigen Prozessen und Systemen wird das Gerüst zu einer langlebigen und effizienten Produktionslösung.

## Erfolgsvoraussetzung: Datenpflege

Damit die entsprechend einfache Rechnung aufgeht, ist eine strukturierte Planung und Umsetzung unerlässlich. Denn nur wer eine in sich konsistente Datenquelle mit sauber gepflegten Angaben be-

sitzt, kann bei den Vorteilen der Printausleitung aus dem Vollen schöpfen: Datenkorrektheit und -sicherheit, Aktualisierungsmöglichkeiten bis kurz vor dem Druck, immense Zeitersparnisse – kurzum: die effiziente Printproduktion.

## Über die priint:suite

Die priint:suite verbindet Inhalte aus über 50 Content-Systemen mit dem Publishing-Prozess und erzeugt automatisiert Printprodukte, On-Demand-Publishing und Native-Digital-Publishing. Mit mehr als 400 Kunden und der Unterstützung von über 100 commerce-, MDM-, PIM- und DAM-Anbietern ist die priint:suite die führende Multichannel-Publishing-Plattform für Produkt-

kommunikation. Unternehmen wie 3M, Saint Gobain, Grohe AG, Wilo oder Grundfos setzen bereits auf die priint:suite, um ihre Print-Publikationen schneller, effizienter und kostengünstiger zu erstellen und globale Publishing-Plattformen aufzubauen. ■





# Hunde-Blog MIT LENNOX

HALLO LIEBE ZWEIBEWER,

**endlich geht das neue Laudert-Magazin an den Start, denn ich kann unendlich viele Geschichten aus dem Home of Media bellen.**

Jeden Tag ziehe ich auf vier Pfoten meine Runden durch die Hamburger Studios und bin der heimliche Chef im Ring. In den letzten Tagen habe ich die Vorbereitungen für das große Firmen-Jubiläum überwacht. Und da wird ja der Hund in der Pfanne verrückt: die Menschen sind durch die Gegend gelaufen wie aufgeschreckte Hühner. Hhhmm, apropos Hühner – wenn ich nur an die vielen Köstlichkeiten denke, die in unserer Küche für den großen Tag zubereitet wurden... Das roch fast so gut wie die Gans, die letztes Jahr zu Weihnachten im Ofen unserer Teamküche schmornte. Niemals waren Shooting-Requisiten so lecker! Ich saß stundenlang vor der Backofen-Tür und konnte mich gar nicht satt sehen. Aber wenn ich recht darüber nachdenke, bin ich eigentlich sowieso nie satt ;)

Nun zurück zu den Jubiläums-Vorbereitungen: Auf einmal stehen mitten in meinem Revier eine Bühne und viele Stühle, die mir meine gewohn-

te Route versperren. Zum Glück bleibt mir noch mein Lieblings-Teppich und der gemütliche Schlafplatz neben meinem Frauchen Marion erhalten. Bei dem ganzen Trubel genieße ich meine angestammten Rückzugsorte mehr denn je. Wie alt wird Laudert? 60? Das sind ja mehr als 10 Hundejahre. Puh, na dass die Zweibeiner in so einem stattlichen Alter überhaupt noch feiern können... Die sollten es lieber machen wie ich: den ganzen Tag rumliegen, schlafen und zwischendurch die Pfoten auf einer gemächlichen Kontrollrunde durch die Sets und Büros vertreten. „Do it like Lennox“ – das wäre doch mal ein tierisch gutes Event! Naja, sollen die mal weiter Aufbauen, Möbel durch die Gegend tragen und in der Küche herumwirbeln – ich lasse mich HUNDertprozentig nicht von der Hektik anstecken und behalte für euch alles genau im Blick.

**Wuff und bis zum nächsten Mal!**

Euer

**LENNOX**

Text und Fotos: Laudert

MEIN  
HAMBURGER  
STUDIO



HI, ICH BIN  
LENNOX ... ➤

... und werde regelmäßig aus dem Alltag berichten. Seid gespannt auf die nächste Ausgabe!

## IMPRESSUM

### HERAUSGEBER

Laudert GmbH + Co. KG  
Von-Braun-Straße 8  
48691 Vreden  
Tel.: 02564-919-0  
Fax: 02564-919-100  
info@Laudert.com  
www.Laudert.com

### CHEFREDAKTION

Anne Lück (V.i.S.d.P.)  
Laudert GmbH + Co. KG  
Marketing@Laudert.com

### KONZEPTION UND

### UMSETZUNG

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

### BILDER UND TEXTE

Alle Bilder und Texte wie gekennzeichnet

### AUFLAGE

1.500 Stück  
© Copyright beim  
Herausgeber

# Laudert.

Home of Media

Nehmen Sie Platz.  
Wir machen das.

NEUE IDEEN UND 360°-UMSETZUNGSKOMPETENZ.  
480 MEDIENMACHER FÜR IHRE PRODUKT-  
UND MARKENKOMMUNIKATION:

- KREATION
- FOTOGRAFIE + CGI
- MEDIENPRODUKTION
- MEDIEN-IT
- DIGITALDRUCK

[www.Laudert.com](http://www.Laudert.com)

