

das magazin

AUSGABE 01/2020

Laudert.
Home of Media

**NEUER
LOOK**

Laudert unterstreicht
mit neuem CD seine
Marke



08 CHRIST

Brillante Visualisierungen
für glanzvollen Schmuck

15 „Fertig werden wir nie!“

Über die Aufgaben eines
Medien-Consultants

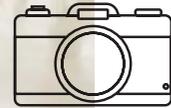
26 20 JAHRE AKADEMIE

Eine Erfolgsgeschichte!



12 - 14
**Mehrheitsbeteiligung
an der eShot AG**

Gezielte Erweiterung der
Laudert-Studio-Kompetenz



34 - 37
ADAC MX MASTERS

Nervenkitzel an der Renn-
strecke: Laudert gibt bei den
ADAC MX Masters Vollgas

38 - 41
Laudert tut gut(es)

Wir übernehmen soziale und
gesellschaftliche Verantwortung



31 - 33
**CGI aus dem
Nähkästchen**

Was computerbasierte
Bildgenerierung mit
Schnittmustern zu tun hat

Weitere Inhalte

- 18-21** Struktur für den Marketplace:
Mit Tradebyte und SHE.Business
zu Amazon, Zalando & Co.
- 42-43** Laudert verstärkt
Geschäftsführung
- 44-47** Schick eingerichtet: Zurbrüggen
stattet sich mit PIM-System aus
- 48-49** Baby-Shooting: 23-faches
Kinderglück im Home of Media
- 50** Rezeptidee
- 51-54** News+Facts
- 55** Veranstaltungstipps

Kreativ gedacht, mit Struktur gemacht

Weil kluge Prozesse kreativen
Freiraum ermöglichen

Laudert präsentiert sich in neuem Corporate Design – auch die erste Ausgabe von **dasmagazin 2020**. Das CD betont den ganzheitlichen Service-Ansatz und unterstreicht unser Ziel, Kunden als verlässlicher Partner entlang der gesamten Wertschöpfungskette zu begleiten. Wie der Markt unseren Ansatz fordert und fördert, erfahren Sie im Titelbeitrag dieser Ausgabe.

Starke Marken, starke Partner: Drei Case Storys mit sehr unterschiedlichen Kunden erwarten Sie auf den folgenden Seiten. Die Juweliers und Uhrmacher bei CHRIST setzen schon seit 2003 auf die Studio-Expertise in unserem Haus. Ein PIM zum Wohlfühlen hat sich das Möbelhaus Zurbrüggen „gegönnt“. Und für die rasante Action der ADAC MX Masters gibt Laudert als Kreativ-Agentur mit Mediengestaltern, CGI-Studio und Werbemanagern Gas.

All dies wäre nicht möglich ohne unsere Akademie. Die Ausbildungserfolge sind tragendes Element des Unternehmens. Daher blicken wir mit Stolz zurück auf 20 Jahre Akademie – eine wahre Erfolgsgeschichte.

Tauchen Sie mit uns ein in die Welt der Produkt- und Markenkommunikation und lesen Sie, wieviel Schneider eigentlich in einem CGI-Artist steckt, worüber sich ein Medien-Consultant den Kopf zerbricht und vieles mehr. Viel Spaß!

Herzliche Grüße,



Jörg Rewer
Geschäftsführender
Gesellschafter

Dem Markt ein Fundament, der Kreation ein Zuhause

Laudert unterstreicht mit neuem CD seine Marke



Laudert erstrahlt im neuen Corporate Design – wie Magazin und Website eindrücklich zeigen. Visueller Ausdruck einer Identität, die der Markt entscheidend mitgeprägt hat: Gefragt sind Akteure, die als Partner ganzheitlich begleiten und verstehen, wie Teildisziplinen optimal ineinandergreifen.

Fundament setzen können. Das veränderte Mediennutzungsverhalten der User spiegelt auf die kreativen Branchen zurück. Themen wie Standardisierung, Zentralisierung und Automatisierung rücken bei der zukünftigen Auspielung der Werbemedien in den Fokus.

KOMPETENZGEFLECHT STATT INSELWISSEN

Diesem Anspruch gerecht zu werden erfordert ein sensibles Gespür für die Anforderungen von heute und die Entwicklungen von morgen – um dem Fortschritt, all den Tools und Technologien, deren Innovationszyklen sich stetig verkürzen und das Verhalten der Menschen verändern, den entscheidenden Schritt voraus zu sein. Aus dem kleinteiligen Angebot entlang der Wertschöpfungskette entsteht ein ineinandergreifendes Geflecht, das in der Lage ist, seine Kunden zu führen und zu begleiten.

Ein Paradigmenwechsel, der Laudert zugutekommt. Das Unternehmen steht nicht nur für seine spezialisierten Einzelbereiche aus Content-Kreation, Medienproduktion und Medien-IT. Vielmehr ist es Strategie und Obsession zugleich, Produkt- und Marken-

→ DIE AGENTUR- LANDSCHAFT IST IM WANDEL.

Die Mandate prestigeträchtiger Aufträge namhafter Unternehmen werden nicht mehr unvermittelt an die Big Player der Kreativ-Branche vergeben, sondern finden bei Plattform-Playern mit Technologie-Verständnis und Prozess-Expertise ein Zuhause. Die unmissverständliche Botschaft: Das kreative Highlight ist weiterhin gefragt – reicht alleine aber nicht mehr aus.

Der Markt fordert Begleiter, die den punktuellen, visuellen Reiz auf ein agiles technologisches

kommunikation als übergreifende Disziplin zu verstehen; basierend auf ausgereiften technologischen Prozessen, zentralisierter und standardisierter Datenhaltung und der kreativen Finesse der Art Directors.

KONZEPTION UND BERATUNG ALS STRATEGEM

Entscheidende Triebfeder aber sind die Kompetenzen als Begleiter. Als Wegbegleiter, der tief in den Markt eindringt, setzt Laudert Lösungen nicht nur um – sondern konzipiert sie, übergreifend. Eine beratende Kraft, die gemeinsam mit Partnern und Kunden die Richtung der künftigen Produkt- und Markenkommunikation vorgibt und vorantreibt. Konzeption mit Methode.

→ KONZEPTION MIT METHODE.

Mit Erfahrung und Know-how wird analysiert, wie Ziele, sei es technologisch, ideell oder visuell, optimal und langfristig miteinander verknüpft werden können. Eine Konstante, die Partnern und Kunden zur Seite steht. Als solche denkt Laudert vor und handelt proaktiv – wie auch das Team

Text und Fotos: Laudert, shutterstock

der Media Consultants (Seite 15-17) zeigt: Der Kommunikation von morgen vorfühlen.

TECHNOLOGISCHES GETRIEBE UND KREATIVES DETAIL

Das neue Corporate Design verleiht diesen Kompetenzen, der Haltung des Unternehmens und der Marke Laudert, einen neuen, klareren Ausdruck. Scharfe Strukturen treffen auf visuelle Reize und eine saubere, textuelle Umsetzung. Das neue Look & Feel schlägt die Brücke zwischen technologischer Basis und kreativer Ader – und zeigt unmissverständlich: Als Begleiter entlang der Wertschöpfungskette lässt Laudert seine Kunden nicht allein. ■

STUDIOS



Brillante Visualisierungen für glanzvollen Schmuck

Laudert-Studios
fotografieren für CHRIST



CHRIST



Kaum ein Name ist so verbunden mit der Faszination von Schmuck und Uhren wie CHRIST. In über 150-jähriger Tradition begeistert der Juwelier mit herausragenden Schmuckideen und einzigartigen Chronometern. Inszeniert werden die filigranen Produkte für den E-Commerce auch mithilfe der Laudert-Studios, in denen akribisch an der visuellen Präsentation gearbeitet wird.

Grundstein der Zusammenarbeit ist die prägnante Bildsprache des Juwelier-Unternehmens, anhand der ein detailliertes Briefing für die Schmuck-Shootings erstellt wurde. Auf Basis dessen erwecken die kreativen Akteure bei Laudert die Produkte für den Online-Handel zum Leben. Fotografie am Model sowie Still-Aufnahmen erfordern dabei sehr unterschiedliche fotografische Kompetenzen, die von den Laudert-Spezialisten abgedeckt werden.



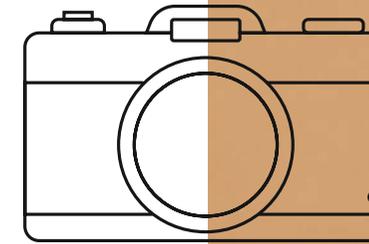
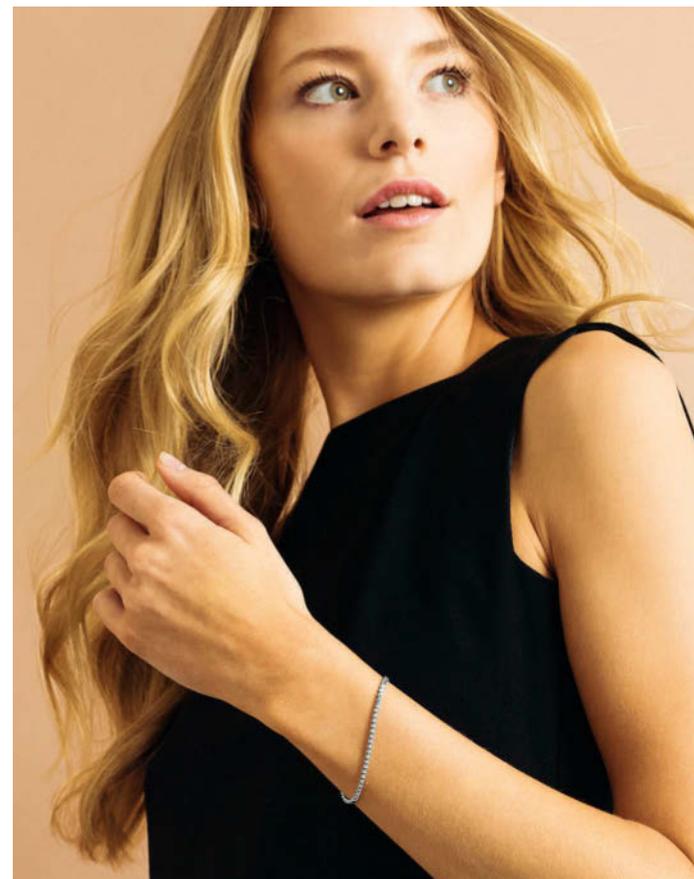
**STILLS
HALFFACE
FULLFACE**



ELEGANZ AM MODEL

Auf die Inszenierung am Model legt CHRIST großen Wert. Proportionen werden offengelegt, die Wirkung des Schmucks in der Anwendung erkennbar. Die finale Auswahl der Models anhand der in den Laudert-Studios getroffenen Vorauswahl findet in enger Abstimmung mit CHRIST statt, nachfolgend ist Laudert für die gesamte Organisation und Durchführung der Model-Shootings eigenständig verantwortlich. Große Mengen in Serie innerhalb straffer Zeitfenster – auch für Models eine Herausforderung, weshalb Laudert immer darauf bedacht ist, für die Models eine Atmosphäre des Wohlfühlens zu kreieren. So entstehen lebhaft Half-Face-Bilder für die CHRIST-Eigenmarken und ausgesuchte Fremdmarken zur exzellenten Produktpräsentation im E-Commerce.

Etwas ausgefallener gestaltet sich die Full Face-Fotografie, die für einige Premium-Marken zum Tragen kommen. Mit BRINCKMANN & LANGE etwa positioniert sich CHRIST im Segment Luxusuhren und Luxusschmuck neu, die Fotografie-Produktion übernimmt Laudert. Individuellere Briefings, spezielle Farbtöne, einzigartige Inszenierungen vor individuellen Hintergründen – auch die gestalterische Finesse der Laudert-Spezialisten ist hier gefragt. Das Ergebnis sind emotionale Bilder, die die visuellen Besonderheiten von Marke und Produkt in Szene setzen.



**PARTNER SEIT
2003**

EFFIZIENT GESTEUERT UND UMGESETZT

Die gesamte Steuerung der Shootings erfolgt in den Laudert-Studios durch LaudertContent-Flow®. Die Software stellt die Bearbeitung aller nötigen Arbeitsschritte in kurzer zeitlicher Abfolge sicher. Auch die nachgelagerte Bilddatenoptimierung, etwa um Hauttöne zu finalisieren, wird automatisiert angestoßen. Am Ende steht ein runder, effizienter und sicherer Bildprozess, der die Qualität der finalen Daten garantiert.

VERTRAUENSVOLLE ZUSAMMENARBEIT

Dem Einsatz im E-Commerce steht damit nichts mehr im Wege. Zudem gibt die Foto-Produktion den Startschuss für die Gestaltung von Flyern, Prospekten und Mailings, die Kreation von Postkarten oder die Ausarbeitung von Anzeigen für Zeitschriften und Magazine, die durch die Schmuck-Spezialisten in der Medienproduktion bei Laudert verantwortet wird.

Die Zusammenarbeit zwischen Laudert und CHRIST lässt sich durchaus als gewachsene Partnerschaft verstehen – schon seit 2003 arbeiten die beiden traditionsreichen Unternehmen zusammen. „Wir sind froh, einen so verlässlichen Partner an unserer Seite zu wissen“, bekräftigt Gamze Rizzo, Content Managerin bei CHRIST. Ein Kompliment, das wir nur allzu gerne zurückgeben. ■



Mehrheitsbeteiligung an der eShot AG

Gezielte Erweiterung der Laudert-Studio-Kompetenz



Im Dezember sicherte sich Laudert eine Mehrheitsbeteiligung an der eShot AG. Das sorgt für eine konsequente Erweiterung und Entwicklung der Portfolios auf beiden Seiten – und setzt weitreichende Synergien frei.

Durch die Beteiligung verschieben sich die Schwerpunkte der beiden Unternehmen: Die Content-Spezialisten der Berliner eShot AG, die auch in Hamburg ansässig sind, werden sich zukünftig gezielt auf die Plattform- und Marketplace-Fotografie fokussieren. Laudert bringt dafür seine Prozess- und Workflow-expertise in das Unternehmen mit ein. Die Laudert-Studios setzen zukünftig verstärkt auf

Aufträge, die mit Kreativ-, Consulting- und konzeptionellem Anspruch einhergehen.

Dass die Kooperation der beiden Unternehmen überhaupt zustande kam, beruht nicht nur auf strategischen Zielen. Sowohl in Vreden als auch in Berlin erfährt die menschliche Ebene der Kommunikation und des Austauschs eine besondere Wertschätzung; beide Seiten pflegen einen vertrauensvollen, partnerschaftlichen und offenen Umgang. Christian Thum, Gründer der eShot AG, ist weiterhin am Unternehmen beteiligt und wird seine Arbeit als Vorstand wie gewohnt fortsetzen.

”

Mit der Laudert-Beteiligung profitieren Kunden beidseitig von einer breiteren Expertise.

Christian Thum,
Gründer der eShot AG



Mitarbeiter in
den Laudert Studios

120

60 Mitarbeiter bei
eShot

180 Freelancer

STUDIOS



Text und Fotos: Laudert, eShot AG

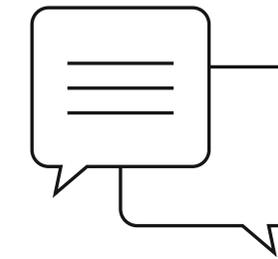
Holger Berthues, Laudert-Geschäftsführer und Leiter der Laudert-Studios, konkretisiert die Bedeutung der Zusammenarbeit: „Durch die Beteiligung an eShot sind wir fokussierter und gleichzeitig agiler für den Markt aufgestellt. Zudem bringen wir zwei Unternehmen mit enormer Expertise zusammen. Wir freuen uns auf die zukünftige inhaltliche und strategische Zusammenarbeit mit eShot, Christian Thum und die Synergien, die daraus entstehen werden.“

Auch beim Berliner Content-Spezialisten ist die Überzeugung von der gemeinsamen Zukunft spürbar. „Mit der Laudert-Beteiligung

profitieren Kunden beidseitig von einer breiteren Expertise. Dadurch stärken wir unsere Markenstrategie und gestalten ein Zukunftsmodell, mit dem wir gemeinsam perfekten Bild-, Text- und Video-Content für alle Kanäle und Kommunikationszwecke kreieren“, präzisiert Christian Thum.

Beide Unternehmen profitieren dabei auch von der entstandenen enormen personellen und strukturellen Schlagkraft: Bei den Laudert-Studios arbeiten rund 120 Mitarbeiter in Vreden, Hamburg und Bad Waldsee, rund 60 sind es bei eShot in Berlin und Hamburg. Zusätzlich steht ein Pool aus über 180 Freelancern parat. ■

LAUDERT INSIGHTS



„Fertig werden wir nie.“

Über die (schiefer endlosen) Aufgaben eines Medien-Consultants

Das Team der Medien-Consultants bei Laudert ist noch jung. Seine Aufgabe ist es, Konzepte und Prozesse zu definieren und zu evaluieren, die beim „Onboarding“ neu-

er Kunden helfen. Um genauer zu verstehen, was das bedeutet, haben wir nachgefragt – bei Renate Rewer und Esther Fabian.

RENATE REWER

Teamleiterin
Medien-Consulting



ESTHER FABIAN

Medien-Consultant



Renate, Esther, vervollständig zum Einstieg doch bitte folgenden Satz: Als Medien-Consultant bin ich ...

Renate Rewer: ... dafür verantwortlich, dem Vertrieb wie auch dem Kunden mit einem grundlegenden Konzept zur Seite zu stehen, das die Auftrags-/Job-Integration entscheidend vereinfacht.

Esther Fabian: ... darauf fokussiert, Standards zu definieren und zu dokumentieren, um eine übergreifende Anwendbarkeit zu schaffen. Heraus aus Spezialworkflows, hinein in allgemeine Workflows für alle Teams.

Das hört sich nicht unbedingt nach demselben Job an, von dem ihr gerade redet?

Renate Rewer (*lacht*): Das könnte man so sehen. Aber es beschreibt eigentlich sehr gut die beiden Seiten unserer Arbeit. Wir definieren gemeinsam mit Vertrieb und Kunde schon vor und im Prozess der Angebotserstellung Anforderungen an unsere und deren Systeme, an Prozesse, Workflows und sonstige Wege der Zusammenarbeit. Aus den Erfahrungen unserer eigenen Teams wie auch mit unseren Kunden heraus etablieren wir Standards und sorgen für eine interne Dokumentation selbiger.

Esther Fabian: Damit führen wir verschiedene Geschäftsbereiche und Standorte zusammen und sorgen dafür, dass wir die Möglichkeiten entlang der Wertschöpfungs-

kette schlank und effizient ausnutzen und eine übergreifende Kommunikation etablieren.

Renate Rewer: Wichtig ist uns dabei, dass wir unsere eigenen Konzepte dabei in stetiger Entwicklung halten – wir agieren nicht starr, sondern flexibel und tagesaktuell. Tolle Entscheidungen von heute hinterfragen wir morgen wieder. Aber das Ziel bleibt immer dasselbe: Uns und dem Kunden die bestmögliche Integration in die Zusammenarbeit mit Laudert ermöglichen. Wir agieren nie zum Selbstzweck.

Also seid ihr so eine Art Prozess-Vertrieb?

Esther Fabian: Wir sind im Prinzip die Schnittstelle zwischen Vertrieb, Kunde und unseren Produktionsteams. Da gehört viel Netzwerkarbeit dazu – und wir sind immer auf das Wissen und die Hilfe unserer Kolleginnen und Kollegen angewiesen. Wir haben nicht den Anspruch, alles zu kennen und immer zu wissen, was das Richtige für einen Job ist. Unser Anspruch ist es, die Klammer zu bilden zwischen dem, was benötigt wird, und denen, die das passende Know-how dafür einbringen können.

Renate Rewer: Als Medien-Consultants sind wir immer proaktiv auf der Suche nach dem richtigen Ansprechpartner aus dem Unternehmen. Deshalb besteht unser Team auch aus Fachkräften aus all unseren Bereichen. So ein bisschen getreu dem Motto: Wir kennen jemanden, der kennt genau den richtigen dafür ...

Wo beginnt denn eure Arbeit dann tatsächlich, bzw. wo hört sie auf?

Renate Rewer: Beim On-Boarding eines Kunden treten wir beratend auf, sobald ein konkretes (Vor-)Angebot erstellt wird. In der Regel hat der Vertrieb alle grundlegenden Fragen bereits im Vorfeld abgeklärt. Wir möchten den Vertrieb dahingehend unterstützen, dass ein neuer Auftrag schnell zu einem umsetzbaren Konzept geformt werden kann. Das beschleunigt die Arbeit und klärt auch den Kunden über Angebote auf.

Esther Fabian: Ist der Kunde ongeboardet, geht es darum, zu analysieren, welche Erkenntnisse sich übertragen lassen, wo wir unsere eigenen Workflows optimieren können und wie wir von unserem neu gewonnenen Wissen in Zukunft übergreifend profitieren können. Und mit dem nächsten Kunden fängt die Arbeit dann wieder von vorne an.

Renate Rewer: Fertig werden wir nie!

Was bedeutet das für den Kunden? Wie hilft es dem Kunden?

Esther Fabian: Wichtig ist die Klärung dessen, was der Kunde mitbringt: Welche Daten werden geliefert? Welche Systeme setzt er ein? Mit diesem Wissen können wir evaluieren, welche Anbindungen an Fremdsysteme möglich sind, ob wir den Web-Service nutzen können. Daraus entstehen Automatismen, die uns und dem Kunden gleichermaßen Sicherheiten liefern.

Renate Rewer: Schnittstellen sind hier ein ganz wichtiger Faktor. Und je nach Konstellation müssen wir uns auch an die Systeme der Kunden andocken, statt sie in unsere eigenen zu integrieren. Diese detaillierte Evaluierung ist wesentlich für die Zusammenarbeit mit jedem neuen Kunden.

Esther Fabian: Der Kunde profitiert insgesamt von einer effizienteren und direkteren Zusammenarbeit und der Möglichkeit eines schnelleren Projektstarts. In Kunden-Workshops setzen wir zudem gemeinsam bereits die richtigen Akzente für eine erfolgreiche Zusammenarbeit.

Ihr seid noch ein junges Team, mit dir, Renate, als Leiterin. Wie seht ihr eure zukünftige Zusammenarbeit?

Renate Rewer: Was die fachliche und sachliche Zusammenarbeit mit den Teams betrifft, sind wir aus meiner Sicht bereits voll integriert. Für uns ist es von besonderer Bedeutung, dass die einzelnen Consultants ihren Platz im jeweiligen Kompetenzbereich beibehalten. Nur so erhalten die Consultants direkten Bezug zu den Bereichen, Systemen und Produktionen. Regelmäßige Meetings, Updates, interne Workshops und natürlich fruchtbare, offene Diskussionen werten unseren Team-Alltag zudem auf.

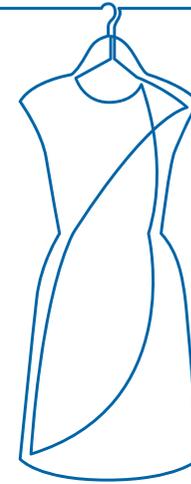
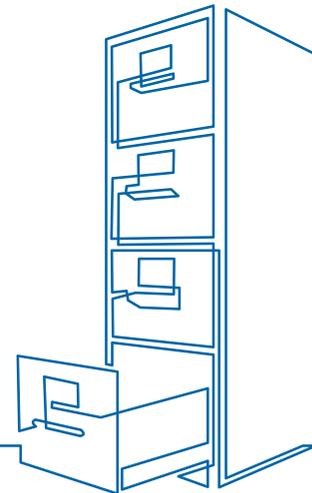
Esther Fabian (*lacht*): Eigentlich sind wir also sehr einfach zufriedenzustellen. ■



Struktur für den Marketplace

Mit Tradebyte und S.HE Business zu Amazon, Zalando & Co.

Der Boom von Marktplätzen und Plattformgeschäft bringt Hersteller und Händler in Stellung. Doch das Spiel erfordert Strategie: Ohne technologische Basis und inhaltliche Ausrichtung droht das Matt. Also gilt es, auf die richtigen Figuren zu setzen, z. B. S.HE Business, Tradebyte und Laudert.



Marktplätze und Plattformen versprechen Reichweite und Markenpräsenz. Dabei werben Player wie Amazon, Zalando, Otto oder Idealo mit einfachen Anbindungsmöglichkeiten – fast schon Luxus für Händler und Hersteller. Doch sobald sich die genutzten Anbindungen häufen, wird es ungemütlich, erfordert doch jeder Kanal eigene technische Schnittstellen, Datenformate, Medienanforderungen und Produktdetails. Hinzu kommen laufende Detail-Änderungen, die sich fortwährend auf die Auspielung auswirken.

TRADEBYTE: STANDARDS IN DER MARKTPLATZ-ANBINDUNG

An dieser Stelle kommt das Tradebyte-„Ökosystem“ ins Spiel. Das Unternehmen versteht sich darauf, die notwendigen Produktinformationen mithilfe der SaaS-Lösung TB.One im richtigen Format auf über 90 Marktplätze und Plattformen zu bringen. Aus dem Datenfeed (z. B. durch die Anbindung eines

PIM-Systems) schafft es die Anbindung an Plattformen, standardisiert Daten und behält Anforderungsanpassungen nicht nur jederzeit im Blick, sondern setzt sie auch direkt um. So können Händler und Hersteller ohne den komplizierten Aufbau einer eigenen Infrastruktur die bestehenden Marktplätze nutzen und testen – und das in 17 verschiedenen Ländern. Neue Märkte und erhöhte Reichweite einfach gemacht.

FASHION- UND LIFESTYLE-EXPERTIN MIT TRADEBYTE-AFFINITÄT

Sandra Herdering (S.HE Business) beschäftigt sich schon seit vielen Jahren mit Tradebyte. Zahlreiche erfolgreiche Cases erzählen von ihrem Erfolg. Die Fashion-Expertin berät und unterstützt Fashion- und Lifestyle-Hersteller sowie Händler unter anderem bei der strategischen Ausrichtung. Dabei setzt sie Konzepte auf, die eine Verkürzung der Durchlaufzeiten



von der Entwicklung bis zum Sales garantieren. Hierfür kommt ihre umfangreiche Expertise beim Aufbau eines zentralen und klar strukturierten Datenmanagements ins Spiel. Ihr weit verzweigtes Netzwerk lässt sie auf gewaltiges Know-how zurückgreifen. S.HE Business taucht tief ein in die strategischen Ansätze ihrer Kunden, deckt Potenziale auf, baut Absatzkanäle aus und etabliert zukunftssichere Prozesse, die Daten „attraktiv“ machen für mehr Umsatz und Erfolg in der Business-Welt.

MITDENKEN, UMSETZEN, PERFEKTIONIEREN

Aus der technischen Umsetzung hat sich S.HE Business weitestgehend zurückgezogen. Früher hatte das Unternehmen noch selbst Connectoren entwickelt – etwa eine Standardschnittstelle zwischen Tradebyte und Contentserv. Heute vertraut sie dabei insbesondere Laudert – das nicht nur eine lokale (beide Unternehmen sind im Westmünsterland beheimatet), sondern auch eine ideelle Nähe teilt. Mit dieser Nähe steht Laudert unter anderem als technische Instanz bereit, verantwortet die Umsetzung – etwa die Anbindung vorhandener PIM-Systeme. Neben der akribischen Auseinandersetzung mit der technischen Seite nimmt Laudert aber auch eine Consulting-Funktion ein, um Prozesse zu verfeinern, zusätzliche Synergien zu identifizieren und Potenziale bestmöglich auszuschöpfen.



Ist in der PIM-Datenpflege die Implementierung neuer Datenkategorien vorteilhaft? Kann ein zusätzlicher Schritt im Fotografie-Prozess zur idealen Marktplatz-Bespielung beitragen? Detailfragen, die großes Nutzerpotenzial versprechen.

SAVE THE DATE

S.HE BUSINESS UND LAUDERT BEIM ECD 2020

Wer in die erfolgreiche Zusammenarbeit zwischen Laudert und S.HE Business reinschnuppern möchte, hat beim „ECD 2020“, dem führenden Networking-Event im Plattform-Business, organisiert von Tradebyte, die Möglichkeit dazu. Am 13. Oktober gewähren Sandra Herdering und Laudert IT-Consultant Thorsten Hamann in München in einer „Masterclass“ einen ausführlichen Einblick in die gewinnbringende Produktdatenaufbereitung. ■



Text und Fotos: Laudert, AdobeStock

Kaufimpulse durch Produktdaten

Mehr Umsatz durch effizientes Datenmanagement

Produktdaten sind ein nüchternes, fast langweiliges Thema? Fashion-Expertin Sandra Herdering von S.HE Business hat dazu eine andere Meinung: Schließlich will der Kunde informiert und inspiriert werden. Digitale Vermarktung – das ist mehr als „nur“ Daten.

Wertvolle Produktdaten sind positiv und informativ. Sie sind ansprechend, knapp und aussagekräftig, stellen Funktionen dar und wecken Begehrlichkeiten. Zudem werden sie von Assets, als Foto oder Video, begleitet: Der Anspruch an die Datenbereitstellung wächst. Für eine durchschnittliche Fashion-Kollektion aus 180 Modellen fallen mit Farb- und Sprachvarianten dann schon schnell mal tausende Artikeldateien an, die es zu erstellen und zu pflegen gilt. Aber wie soll das alles funktionieren?

Der hohe Handlungsdruck bringt viele Unternehmen an ihre Grenzen. Fehlende IT-Infrastruktur, Engpässe in den Mitarbeiter-Ressourcen, fehlendes System- und Vernetzungswissen und keine Expertise in der Ausbreitung der Absatzkanäle

(etwa über das Marktplatzgeschäft) hemmen den Erfolg. Abhilfe schafft ein prozessgesteuertes, standardisiertes Datenmanagement, das bereits in der Produktentwicklung anfängt.

Status Quo betrachten, Voraussetzungen schaffen

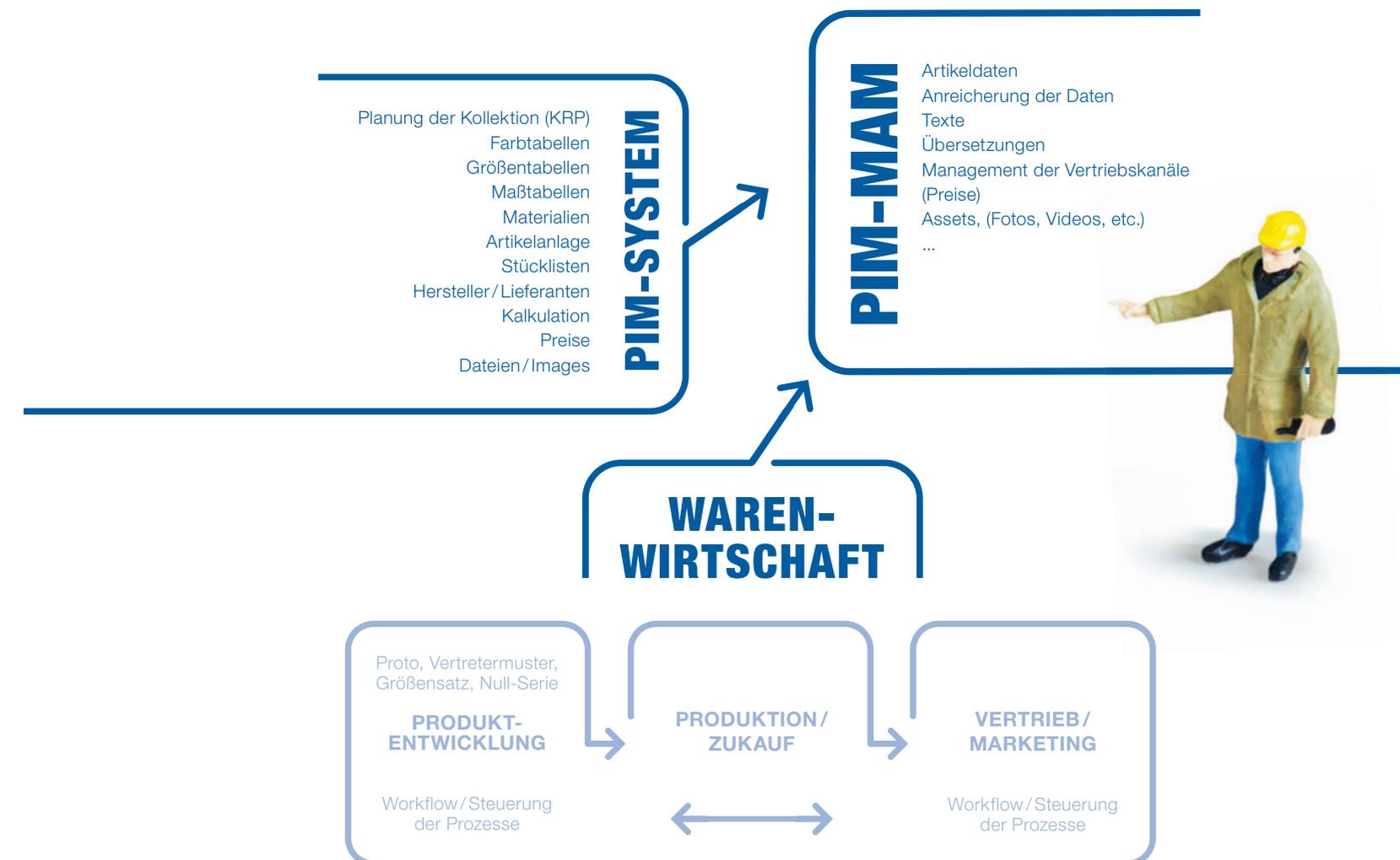
Zunächst wird der Status Quo betrachtet: Welcher Digitalisierungsgrad besteht? Auf welches Budget, welche Ressourcen und welches Know-how kann zurückgegriffen werden? Mit welchem „First Step“ macht die Digitalisierung und Vernetzung weiterer Absatzkanäle Sinn?

Durch die Evaluierung der IT-Infrastruktur werden Systemlösungen identifiziert und ineinandergreifende Prozesse definiert, die von Produktentwicklung bis After Sales reichen. Team- und Wissensaufbau wird forciert und der Markt nach Serviceleistungen (Texter, Übersetzer, Fotografen etc.) sondiert. Change Prozesse, die aktiv begleitet werden müssen.

Das Prozessmanagement erfolgreicher Produktdaten

Fast jedes produzierende Unternehmen verfügt über ein Warenwirtschafts-System. In der Produktentwicklung lenken Product-Lifecycle-Management-Systeme (PLM) die Entwicklungsprozesse. Und in PIM- (und MAM-)

Systemen werden die Daten für Vertrieb und Marketing aufbereitet und mit den Assets verknüpft. Sind alle Systeme aufeinander abgestimmt, werden die Daten bereits zum Zeitpunkt der Entstehung qualitativ für Absatzkanäle erfasst – ein erstrebenswerter Idealfall.



Im Prozess stimmt das Produktmanagement den definierten Kollektionsrahmenplan frühzeitig mit Vertrieb und Marketing ab – und legt Verkaufskanäle (Retail, Wholesale, E-Commerce, Marketplaces etc.) fest. So werden markenwirksame Kampagnen und Events rechtzeitig ermöglicht, die auf weitere Vertriebskanäle abgestimmt werden können. Sichtbarkeit erzeugen: Check!

Das Artikelsortiment besteht in der Regel aus 80% Basic-Ware (nur etwa 20% entfällt auf modische Trends), die wiederum für mehr als 80% des Umsatzes verantwortlich ist. Nutzbare, qualitative Daten liegen im PLM-System für den Großteil der Artikel also bereits vor und verhelfen zu einer schnellen Datenverfügbarkeit. Nur Detailänderungen am Produkt sowie neue Foto- und Video-Files sind zu erfassen.

Um das gesamte Management der Daten zu standardisieren werden zahlreiche Workflows geschaffen. Neue Artikel, die in das PLM aufgenommen werden, übermitteln anhand fester Datenstrukturen die Informationen direkt an das PIM-System – wo sie auf relevante Artikelinformationen treffen, die aus dem Warenwirtschaftssystem kommen. Der Texter-Workflow übermittelt existierende Bullet Points und Briefing-Informationen.

Fertige Texte werden in Echtzeit an Übersetzungsagenturen übermittelt, die anhand eindeutiger Briefings Übersetzungen im Stil der Marke anfertigen und die automatische Einpflege selbiger im PIM initiieren.

Wichtig ist auch die Prüfung der Bilddaten. Einige PIM-Systeme verfügen über die Möglichkeit der Datenvalidierung und Qualitätsprüfung, sogar entsprechend der Vertriebskanäle – schließlich erfordern unterschiedliche Marktplätze unterschiedliche Daten. Eine Komplexität, die über ein PIM sehr einfach gelöst werden kann. In einigen Fällen ist die Datenprüfung sogar schon im PLM-System durchführbar, woran sich die Erstellung von Fotomaterial anhand des Prototyps anschließt. Dies ermöglicht eine immense Durchlaufzeitenverkürzung, weil B2B-Vororder-Prozesse nicht von Vertretermustern abhängig sind. So oder so wird der Fotoprozess über das PIM-System mitbegleitet.

Vom System in die weite Welt

Ein PIM-System bietet in diesem Prozessgeflecht also die Möglichkeit, alle relevanten Artikeldaten strukturiert nach Vertriebskanälen aufzubereiten. Sogar die Vollständigkeitsprüfung lässt sich automatisieren.



PIM EINES FÜR ALLES

Nachzupflegende Dateien sind über ein Dashboard ablesbar. Zahlreiche PIM-Systeme verfügen bereits über Schnittstellen zu bekannten B2C- und B2B-Lösungen wie etwa Tradebyte – das wiederum Schnittstellen zu allen gängigen Marktplätzen liefert. Vollautomatisierte Datenaufbereitung für Marktplätze wie Otto, Zalando und Amazon? Ja! Gleichwohl gilt das natürlich auch für den eigenen Online-Store.

Struktur schafft Qualität

Mit einem strukturierten Prozess und entsprechender Systemunterstützung lassen sich Produktdaten wie auch sämtliche Assets in zahlreiche Vertriebskanäle zielgerichtet und qualitativ ausspielen. Der Schlüssel dafür – und damit für mehr Umsatz und erhöhte Produktpräsenz – liegt im Management attraktiver und informativer Daten. ■

20 Jahre Akademie

Eine Erfolgsgeschichte!



Die Laudert-Akademie feiert Jubiläum: Vor 20 Jahren wurde die mittlerweile mehrfach preisgekrönte Ausbildungsschmiede ins Leben gerufen. Ein Rückblick auf zwei Jahrzehnte, die den Blick auf den Nachwuchs im Unternehmen Laudert entscheidend geprägt haben.

Als Ende der 90er-Jahre der Beruf des Mediengestalters zur festen Größe in der Branche wurde, hatte Laudert ein Problem. In der Kleinstadt Vreden im westlichen Münsterland, war es schwierig, interessierten und talentierten Nachwuchs zu rekrutieren – und diesen dann auch angemessen zu fördern. Im „Essener Modell“ verbrachten Azubis ihr gesamtes erstes Lehrjahr an der Berufsschule in Essen, erst ab dem zweiten Jahr kamen sie ins Unternehmen.

„Wir müssen die Ausbildung offensiver angehen!“

Für die Geschäftsführung war das keine zufriedenstellende Lösung. „Wir müssen die Ausbildung offensiver angehen, sie besser machen, sie selber machen“, so erinnert sich Ausbilder Hermann Breuers an die Aussagen des damaligen Geschäftsführers Karl-Heinz Laudert. „Dass wir unsere Azubis ein Jahr lang nicht sehen und danach nicht wirklich wissen, was sie gelernt haben, kann nicht in unserem Sinn sein.“

Eine interne Lösung wurde gesucht – ein Ausbilder, der sich um die Belange aller Auszubildenden kümmert, Wissen vermittelt und Strukturen schafft.



*Hermann Breuers
Ausbilder Akademie
Vreden*

Als Hermann Breuers, der sich schon damals proaktiv für die Praktikanten und Auszubildenden des Hauses einsetzte, sein Interesse per E-Mail bekundete, dauerte es keine drei Sekunden, bis das Telefon klingelte.

Karl-Heinz Laudert fragte bestimmt: „Herr Breuers, können wir uns mal unterhalten?“ Bis heute ist Hermann Breuers Ausbilder geblieben. Er hat auch die kleineren Startschwierigkeiten miterlebt, die unter anderem auf die räumliche Trennung vom Unternehmen zurückzuführen waren – die Akademie war damals im Nachbarhaus, auf der anderen Straßenseite. Dort, wo heute das renommierte Fotostudio sein Zuhause hat. Trotzdem war die Akademie auch von Anfang an eine Erfolgsgeschichte. Schon die ersten eigenen Auszubildenden warteten mit ausgezeichneten Prüfungsergebnissen auf.

Holger Berthues,
Geschäftsführer Laudert,
Auszubildender ab 2004



„Als Auszubildender habe ich erleben dürfen, welchen Wert die Grundlagenvermittlung in Programmen und Abläufen durch die Akademie wirklich hat. Technologisch waren wir im Vergleich zu anderen Auszubildenden immer am weitesten – teilweise sogar weiter als unser Lehrpersonal in der Berufsschule.“

Mein Blick auf die Akademie hat sich im Laufe der Jahre verändert: Laudert profitiert nicht nur durch Ausbildung – wir haben uns durch die Akademie einen wirklichen Wettbewerbsvorteil erarbeitet. Wir stärken Potenziale, bewegen sie an die richtige Stelle und behalten dabei die Bedürfnisse der Azubis immer im Blick. Nicht selten sind junge Fachkräfte bei Laudert so in der Lage, direkt Verantwortung zu übernehmen.“

Nachwuchskräfte am Puls der Zeit

In den folgenden Jahren wurde die Akademie zur festen Größe – und ihre Bedeutung nahm, den drohenden Fachkräftemangel vor Augen, zu. Auch der Umzug ins Hauptgebäude hatte entscheidenden Anteil an der erfolgreichen Entwicklung. Die Azubis waren nun besser integriert

in den Laudert-Alltag, und konnten als Teil des Teams schon früh verspüren, wie Laudert als Unternehmen tickt.

Schon aus strategischen Gründen – die konsequente Nachwuchs-Förderung ist ein charakteristischer Baustein der Laudert-Philosophie – schöpft die Laudert-Akademie seither aus dem Vollen: Viele weitere Mitarbeiter neben Hermann Breuers fördern gerne und mit Herzblut die Ausbildung der „Kollegen von morgen“ durch Schulungen, Fortbildungen und Update-Sessions. Die persönliche Betreuung und Nähe zu den Azubis ist ebenso ein Qualitätsfaktor wie die ausgezeichnete Ausstattung aus Hard- und Software.



Selina Jatzkowski
Ausbildung zur
Mediengestalterin
in Stuttgart,
Auszubildende seit 2019

„Mir gefällt es in der Akademie sehr gut. Für mich zeichnet sich die Akademie dadurch aus, dass wir Azubis individuell gefördert werden. Unsere Stärken entwickeln wir gezielt weiter, aber man arbeitet mit uns auch an unseren Schwächen. Ich fühle mich sehr wohl mit diesem Konzept.“

Annika Rose,
Mediengestalterin
in Vreden,
Auszubildende ab 2016



„Erste Erfahrungen und Eindrücke aus der Akademie durfte ich während eines Praktikums in der 9. Klasse sammeln. Seitdem schätze ich das Konzept der Akademie, in der mir die Arbeitsatmosphäre und das Arbeiten mit den Kolleginnen und Kollegen während der Ausbildung besonders gefallen hat. Vom ersten Lehrjahr an, bis zur Abschlussprüfung, wurden wir begleitet und bei allem unterstützt und hatten immer einen Ansprechpartner, der bei Fragen und Problemen geholfen hat.“

Ausbilden heißt personelle Zukunft sichern

Wer Ausbildung konsequent zu Ende denkt, profitiert von dieser Vorleistung auch ebenso konsequent. Schließlich wird in der Akademie der Grundstock gelegt, das Grundwissen für die zukünftige Arbeit im Unternehmen. Dafür sind alle Auszubildende aller Berufe, auch aus den anderen Standorten, ein Jahr lang in Vreden vor Ort.

Die Übernahmequote ist für Laudert überwältigend: 80% der Auszubildenden seit Akademie-Gründung 2000 sind im Unternehmen geblieben. Studio-Leiter Holger Berthues etwa begann seine Ausbildung 2004. Heute ist er einer von drei Geschäftsführern. Von den weiteren 20% entscheiden sich die meisten für ein Studium – auch danach kommen einige wieder zu Laudert zurück.



Ausgezeichnete Nachwuchsarbeit

Über die Jahre hinweg hat sich die Akademie durch ihre qualitative Förderung und die Zukunftsaussichten für ihre Auszubildenden einen Namen mit Strahlkraft gemacht – bereits 2004 mit dem Innovationspreis für hervorragende Aus- und Weiterbildungsaktivitäten der deutschen Druckindustrie, oder 2018 mit der Auszeichnung zu einem der besten Ausbildungsunternehmen in Deutschland durch die Zeitschrift „Capital“.

Die wahren Erfolge aber sind die Ehrungen, Auszeichnungen und Urkunden, die die vielen talentierten Nachwuchskräfte einheimsten – etwa Tim Bibow 2009 als bester Mediengestalter national, Daniel Uehsler 2011 mit Platz 3 der besten Fotografen in Nordrhein-Westfalen oder Janno Buning, der 2018 bester Mediengestalter in NRW wurde.

Thomas Kemper,
Mediengestalter in Vreden,
einer der ersten
Auszubildenden der
Akademie (ab 2001)



„Für mich hatte die Akademie ein wenig Vorschul-Charakter: Wir durften in entspannter Atmosphäre alles kennenlernen, uns herantasten. Spätestens an der

Ausstattung merkte man aber, wie ernst es das Unternehmen meint: Neueste Macs, Epson Proofer, Leuchttische – und sogar eine kleine Küchenecke. Prägend empfand ich das außergewöhnliche Miteinander: Jeder half jedem, auch die Azubis untereinander. Relativ schnell waren wir im ganzen Unternehmen aktiv und haben sehr direkt erlebt, wie der Arbeitsalltag bei Laudert aussieht.“

Auch außerhalb des Unternehmens gefragt

Der hohe Stellenwert der Akademie im Unternehmen ist unverkennbar. Die Auszubildenden in Vreden schätzen die Freiheiten, die sie in ihrer Ausbildung genießen. Sie kreieren die Materialien für die kommenden Ausbildungsmessen oder das Ausbildungsmarketing, werden in das Unternehmensleben integriert und dürfen ihre eigenen Erzeugnisse in praktischer Anwendung erleben.

Und so kam auch schon der eine oder andere Kunde und Partner auf uns zu: „Können wir unsere Auszubildenden auch mal für eine Zeit lang zu euch schicken? Für die Prüfungsvorbereitung, oder einen Kurs in Photoshop?“ Das schmeichelt uns natürlich. Ausbildungskooperationen mit Schulen und einigen Kunden sind so entstanden – auch um Fachkräfte in Software-Schulungen (z. B. InDesign, Photoshop) weiterzubilden.

Wir sind stolz auf unsere Akademie, insbesondere auf alle unsere Auszubildenden. ■

Text und Fotos: Laudert, unsplash



CGI aus dem Nähkästchen

Was computerbasierte Bildgenerierung mit Schnittmustern zu tun hat

CGI ist mittlerweile ein etablierter Begriff in den Unternehmen. Warum aber sollte jemand, der über Software-Programme 3D-Modelle visualisiert, ein Verständnis für Schnittmuster, also einer Vorlage aus dem Schneiderhandwerk, mitbringen? Luisa Heuermann, Medien-Consultant im Bereich CGI, klärt auf.

LUISA HEUERMANN

Medien-Consultant
im Bereich CGI



STUDIOS

Wo trifft ein CGI-Artist auf Schnittmuster?

Die meisten prinzipiell erstmal gar nicht. CGI-Artists bewegen sich in der Regel in 3D-Software wie 3ds max, Blender, Maya oder Cinema 4D. Diese erweisen sich als optimal für die Simulation fester Materialien wie Holz, Metalle oder Plastik – und damit für die häufigsten Anwendungsbereiche von CGI heutzutage. Bei der Simulation und Visualisierung von Stoffen und Textilien stößt die Software häufig an ihre Grenzen. Hierfür werden spezielle Software-Produkte benötigt, die aus Schnittmustern eine Simulation erstellen. Die Textilien werden dabei virtuell ebenso vernäht wie in der Realität.

Ein simples Beispiel wäre der Bezug eines Kissens: Oberseite und Unterseite werden miteinander vernäht und das Kissen wird simuliert. Das ist noch relativ einfach umsetzbar. Schwieriger wird das allerdings bei komplexeren Produkten: Jacken beispielsweise verfügen über Taschen, Inlays, eventuell unterschiedliche Stoffe und vielfältige Nähte. Für eine Visualisierung ist hier ein ausgeprägtes Textilverständnis ein unschätzbare Vorteil.

Wie kommt die Textil-Kompetenz zum CGI-Artist?

Ein Fotograf wird sich vor der Aufnahme immer erkundigen, über welche außergewöhnlichen

Merkmale und Funktionen ein zu inszenierender Artikel verfügt. Dasselbe gilt natürlich auch für CGI-Artists – und somit auch für jene, die sich auf die Visualisierung von Stoffen spezialisieren. Die enge Zusammenarbeit mit Menschen aus dem Textil-Background und das Erlernen grundlegender Näh-Techniken und deren Auswirkungen auf die Materialien sind daher wichtige Voraussetzung. Bei Laudert haben wir den Vorteil, dass wir durch die Fashion-Stylisten in unseren Fotostudios bereits über ausgeprägte Textil-Expertise verfügen, von der auch unsere CGI-Artists profitieren.

Wird das Schnittmuster in Zukunft wichtiger für das Marketing?

Das Modellieren von Textilprodukten von Grund auf ist aufwändig. Als besonders praktikabel erweisen sich daher bisher vor allem Cases, bei denen diverse Varianten ähnlicher oder gleicher Form im Blickpunkt stehen – z.B. bei „Never out of Stock“-Artikeln. Neues Design? Mappen – also „virtuell aufdrucken“ – fertig. Sogar Voraus-Tests und virtuelle Prototypen sind dadurch möglich.

Aktuell ist die Modeindustrie in einer spannenden Phase: Hersteller und Lieferanten beschäftigen sich mit der Entwicklung von virtuellen Prototypen und digitalisieren so große Teile ihres Muster-Prozesses. Möglich wäre daher, dass sie in ihren Designprozessen

zukünftig bereits selbst auf 3D-Simulation setzen – und der Artist die erstellte Simulation für den Einsatz im Marketing aufhübscht und perfektioniert. Ein Artikel kann zum Beispiel aus unterschiedlichen Perspektiven für ein Kampagnen-Bild, den Marketplace-

Verkauf oder den eigenen Webshop aufbereitet werden – virtuell aus dem einen Datensatz. Wird die Produktentwicklung dreidimensional, werden die Marketingmöglichkeiten größer, besser und variabler. ■



Text und Fotos: Laudert, shutterstock, AdobeStock



Nervenkitzel an der Rennstrecke

Laudert gibt bei den ADAC MX Masters Vollgas

Durchdrehende Reifen, aufgewirbelter Staub und Dreck, angespannte Fahrer und eine begeisterte Menschenmenge: Am 2. Mai geht sie wieder los, die internationale deutsche Motocross-Serie, das ADAC MX Masters. Mittendrin statt nur dabei: Laudert als Kreativ-Agentur, Mediengestalter, CGI-Studio und Werbemanager.



Helm auf, es wird ruppig: Acht Rennwochenenden puren Motocross-Nervenkitzel versprechen das ADAC MX Masters. Mit am Start sind namhafte Big Player der Motorradindustrie: KTM, Husqvarna, Honda, Kawasaki, Yamaha und mehr. Vergangene Saison strömten tausende Besucher an die Rennstrecken; Live-Übertragungen und Zusammenfassungen in Internet und TV begleiteten die Serie.

Auch Laudert hat Benzin im Blut. Seit 2016 ist das Unternehmen für das Werbemanagement der Serie verantwortlich. Das bedeutet: In die Welt der Motocross-Szene eintauchen und die Anspannung und Emotionen der Fahrer, Renn-Teams und Zuschauer einfließen lassen in die zahlreichen Marketingproduktionen für die jeweiligen Rennwochenenden.

Von beeindruckenden Anzeigen und Plakaten über bedruckte Eintrittskarten, die großflächige Starrückwand und Autogrammkarten, bis hin zum beliebten Road-Racing-Maskottchen.



Vom ersten Entwurf zum fertigen Maskottchen, komplett bei Laudert entstanden.



Laudert Creative Racing

Gerade bei den Key Visuals ist besonderes kreatives Gespür gefragt. Bildwelten gestalten, die jeden Motocross-Fan in ihren Bann ziehen – und darüber hinaus auch neue Zuschauer inspirieren. Emotionen werden greifbar, der harte Wettbewerb spürbar. Da das Key Visual später auf diversen Materialien zum Einsatz kommt, muss hier jeder Handgriff sitzen – und die Media Artists bei Laudert leisten ganze Arbeit, gemeinsam mit Steve Bauerschmidt, dem renommierten Motocross-Szene-Fotograf, der herausragendes Bildmaterial zur Verfügung stellt.

Jedes Rennwochenende warten neue Herausforderungen. Während die Fahrer auf die



optimale Linie hinarbeiten und gedanklich bereits bei Qualifikation und Rennen sind, steht Laudert in engem Kontakt mit ADAC Motorsport und den jeweiligen Ausrichtern der Strecken. Ungewöhnliche Aufgaben, wie etwa die Gestaltung einer digitalen Zapfsäule oder auffälliger Beklebung für Lastkraftwagen und weiterer Fahrzeuge, sind keine Seltenheit.

Live dabei mit Laudert-CGI

Das Interesse an der Rennserie ist immens. Die Rennen werden nicht nur live im Internet übertragen und verfolgt, auch im Fernsehen ist das ADAC MX Masters präsent. Ein eigenes Magazin widmet sich allen Highlights der Serie und wird nicht nur auf den PayTV-



Kanälen Sport1+ und Motorvision TV gesendet, sondern ist seit 2019 auch im frei empfangbaren Fernsehen auf Sport1 zu sehen.

Damit die optische Präsentation bei den Zuschauern gut ankommt, hat sich die CGI-Abteilung von Laudert in Rennmontur geschmisst: Sowohl das filmische Intro und Outro als auch die Bauchbinden und zusätzlichen grafischen Elemente, die während der Übertragungen eingeblendet werden, wurden 2019 erstmal in den Laudert CGI-Studios gestaltet – und überzeugten: Die Kooperation für die CGI-Elemente wird in diesem Jahr fortgesetzt.

Das Getriebe läuft

Überhaupt ist die Zusammenarbeit zwischen Laudert und den ADAC MX Masters ein voller Erfolg – was in besonderem Maße auch an der einfachen, direkten Kommunikation liegt, die Laudert und die Verantwortlichen beim ADAC miteinander pflegen. So wird im Einzelfall ein Artikel in kürzester Zeit nachproduziert, ein neuer kreiert oder ein tagesaktuelles Ergebnis integriert.

Wer sich für die Rennserie interessiert, findet alle Informationen und Daten zu den ADAC MX Masters unter folgender URL: <https://www.adac-mx-masters.de> ■

Laudert tut gut(es)

Wir übernehmen soziale und gesellschaftliche Verantwortung

In der Adventszeit war es wieder soweit: Laudert lud mit dem Charity Adventskalender Kunden dazu ein, ein soziales Projekt für eine tägliche Spende auszuwählen. Als erfolgreiches Unternehmen ist es für Laudert selbstverständlich auch soziale Verantwortung zu übernehmen und gesellschaftliches Engagement vorzuleben. Einen Teil davon stellen wir gerne vor:

// DER CHARITY ADVENTSKALENDER //

Jeden Tag ein Türchen öffnen ist in der Adventszeit ein Brauch, an dem wir uns auch mit unserem Charity Adventskalender orientieren. An den Tagen bis zum 24. Dezember laden wir täglich einen zufällig ausgewählten Ansprechpartner eines Kunden dazu ein, ein unterstützenswertes soziales Projekt auszuwählen, für das wir 100 Euro spenden – hinter dem letzten Türchen verbergen sich gar 500 Euro. Jedes Jahr freut es uns, dass wir so auch in einen gesellschaftlichen Dialog mit unseren Kunden treten können.



VERANTWORTUNG
FÜR GESELLSCHAFT
UND UMWELT

D
1.
E

Greenpeace • Kunterbunt e.V. • Concordia Sozialprojekte •

Müttergenesungswerk • UNO-Flüchtlingshilfe • Pechpfoten •

Z

Roger Federer Foundation • NABU • Kinderlachen e.V. •

Kinderkrebshilfe-Ebersberg • DRK Kreisverband Borken e.V. • DKMS •

E

Jugendhaus Rhede • ZARTBITTER e.V. • Bowl of compassion •

ProNKids Stiftung • Tansania Projekt „Ärzte ohne Grenzen“ •

M

Welcome-Engel der Stiftung Liebenau • Kinderhospiz Bottrop •

Ärzte ohne Grenzen

B

E

24.

R

SVEN HENCKEL

„Als erfolgreiches Unternehmen tragen wir auch Verantwortung – für unsere Mitarbeiter, aber auch für unsere Gesellschaft und unsere Umwelt. Deshalb sind wir stolz darauf, lokal an unseren Standorten eng mit Stadtmarketing, Festen und Vereinen zusammen zu arbeiten.“

// UNSER BILDUNGSPROJEKT IN VARANASI, INDIEN //

Little Big World e.V. ist ein wunderbarer Verein junger Menschen aus Vreden, der sich für nachhaltige Entwicklungsarbeit einsetzt. Dabei wird stets nach dem Grundsatz der „Hilfe zu Selbsthilfe“ gehandelt, der Menschen eine nachhaltige Verbesserung ihrer Lebenssituation ermöglichen soll.

Laudert begleitet Little Big World seit 2017 mit einer jährlichen Spende von 5.000 Euro für ein Bildungsprojekt in der Millionenstadt Varanasi im Nordosten Indiens, das der Verein dort gemeinsam mit der gemeinnützigen Organisation Learn for Life betreut. Schülerinnen und Schüler aus bildungsfernen Familien erhalten dort eine Ausbildung zur Bäckereifachkraft. Die Kinder, die häufig in Slums beheimatet sind, erlernen in kooperierenden lokalen Betrieben über den Zeitraum von drei Jahren das Bäckereihandwerk – und werden nach erfolgreicher Ausbildung dort auch übernommen.

Auch die Vermittlung von Allgemeinwissen steht auf dem schulischen Programm der Kinder. Mit monatlichem Gehalt, Essen und Trinken (auch für die Familie), Krankenversicherung sowie kostenloser Unterkunft, falls nötig, wird dafür gesorgt, dass Kinder nicht auf zusätzliches Betteln auf der Straße angewiesen sind.

Wie in jedem Jahr kommt auch der Erlös unserer Weihnachtstombola Little Big World zugute. Dank der Begeisterung unserer Mitarbeiter kamen so weitere 3.798 Euro zusammen, die Laudert gerne auf 4.000 Euro aufrundet. Danke an Little Big World und Learn for Life für ihren Einsatz!

5.000

EURO JÄHRLICH FÜR BILDUNG



// GLOBAL DENKEN, LOKAL UNTERSTÜTZEN //

Laudert ist an allen seinen Standorten sozial und kulturell aktiv. Für das Unternehmen ist es eine Selbstverständlichkeit, die eigenen Standorte zu stärken und die Menschen vor Ort gesellschaftlich und kulturell zu unterstützen. Über die Jahre hinweg sind so viele tolle Kooperationen entstanden, wie etwa eine kostenfreie Knochenmarkspendenaktion gemeinsam mit der DKMS für die Laudert-Mitarbeiter, die Unterstützung regionaler Hospiz-Arbeit und viele weitere kleine Einzelprojekte, für die sich Laudert-Mitarbeiter ehrenamtlich engagieren.

Auch in Sport und Kultur packt Laudert mit an. Als Hauptsponsor des Vredener Triathlons, durch Vereinssponsoring (FC St. Pauli Hamburg, SpVgg Vreden Handball & Fußball), durch die aktive Teilnahme an Firmenläufen an allen Standorten oder durch das zur Verfügung stellen der eigenen Betriebsleistungen (Infrastruktur, Digitaldruckleistungen, Kampagnenentwicklung) für Brauchtum, Ausstellungen, Projekte des Stadtmarketings oder der Vredener Kirmes. ■



**VERANTWORTUNG
FÜR GESELLSCHAFT
UND UMWELT**



DREI, DIE SICH
VERSTEHEN

Laudert verstärkt Geschäftsführung

Sven Henckel und Holger Berthues zu Geschäftsführern ernannt

Die Laudert GmbH+Co. KG hat Holger Berthues und Sven Henckel mit Wirkung zum 1. Januar 2020 zu Geschäftsführern ernannt. Die beiden bisherigen Prokuristen stärken damit Jörg Rewer in der Geschäftsführung des Unternehmens.

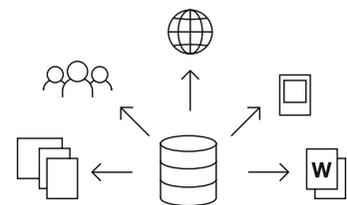
„Sven Henckel und Holger Berthues kennen Laudert seit Jahren und genießen höchstes Vertrauen“, so Jörg Rewer. „Beide bringen sehr individuelle analytische und strategische Fähigkeiten mit, die uns bei der Umsetzung und Weiterentwicklung der Unternehmensstrategie in einem anspruchsvollen Marktumfeld helfen werden.“

Die Aufgabenbereiche der neuen Führungsriege bleiben von der Veränderung unberührt: Während Holger Berthues mit der Leitung der Gesamtheit der Laudert-Fotostudios inklusive des CGI-Bereichs betraut ist, wird Sven Henckel weiterhin für den erfolgreichen

Auf- und Ausbau des Geschäftsbereichs Medien-IT verantwortlich sein. Der Fokus auf Medienproduktion, Vertrieb und Ausbildung liegt weiter bei Jörg Rewer.

Sven Henckel ist bereits seit 2003 im Unternehmen, studierte Medieninformatik an der FHDW Gütersloh und absolvierte daraufhin erfolgreich das Masterstudium „Information Technology“ an der University of Liverpool. 2016 erhielt er Prokura – seit 2018 ist er Teil der Unternehmensführung.

Holger Berthues ist seit 2017 Prokurist und ebenfalls seit 2018 Mitglied der Unternehmensführung von Laudert. Er kam 2004 als Auszubildender ins Unternehmen und war später im Vertrieb angestellt. Ab 2013 verantwortete er die Leitung des Fotostudios in Vreden, bevor er 2018 die Gesamtleitung der Laudert-Studios übernahm. ■



Schick eingerichtet: Zurbrüggen stattet sich mit PIM-System aus

Möbelhaus implementiert Contentserv-System
zum Ausbau der Online-Präsenz

Bereits seit 1900 ist der Name Zurbrüggen eng verbunden mit gemütlichen und funktionalen Möbeln und attraktiver Innenausstattung. Fünf Möbelzentren im Westen Deutschlands betreibt das Unternehmen.

Zahlreichen zufriedenen Kunden hat Zurbrüggen schon bei der gemütlichen Gestaltung der heimischen vier Wände geholfen – offenbar so erfolgreich, dass diese für die Wahl zukünftiger Einrichtungsgegenstände gerne auch mal lieber auf der eigenen Couch verbleiben. Folgerichtig entschied sich das Möbelhaus zur Implementierung eines Contentserv-PIM-Systems mit Laudert

für eine zentrale Verwaltung der Produkt- und Mediendaten – um das Einkaufserlebnis im Webshop auszubauen und zu optimieren.

EDLE DATEN DURCH PIM

In der Zielsetzung des Projekts stach daher auch besonders der Aspekt der Beschaffenheit der Daten hervor. Bei Zurbrüggen ist man sich des positiven Einflusses flexibler Datenpflege und hoher Datenqualität auf die zukünftige Produkt- und Markenkommunikation sehr bewusst. Das hauseigene ERP-System konnte mit den gestiegenen Anforderungen an die Datentiefe nicht Schritt halten.

Das Möbelhaus Zurbrüggen verfügt über rund 150.000 Artikel und etwa 350.000 Assets. Um die Daten im Hinblick auf die zukünftige Anwendung in der Kommunikation – insbesondere im Online-Shop – zu veredeln, wurden die Produkt- und Artikelinformationen im Rahmen des Projekts erweitert. Zusätzliche Kategorien, Attribute und Inhalte waren notwendig, um neue Filtermöglichkeiten zu generieren und notwendigen Content zu präsentieren.

Im Vorfeld stand dafür auch die Migration verschiedener Daten aus diversen Altsystemen auf dem Programm, die mithilfe von Workflow- und Automatisierungs-Metriken realisiert werden konnte. Vorliegende Mediendaten wie Videos und Produktdatenblätter wurden mit den entsprechenden PIM-Daten verknüpft.

Für die zukünftige Pflege der Daten und Produkte erstellte Laudert gemeinsam mit Zurbrüggen smarte Workflows, die insbesondere bei der Texterstellung für zukünftige Artikel zum Zuge kommen werden. In Kombination mit sogenannten Dashboard-Kacheln behält Zurbrüggen jederzeit die Übersicht über den Status aktueller Artikel, und kann so auch nachverfolgen, welche Arbeitsschritte noch zu gehen sind, um die Artikel in ihren Zielkanälen erfolgreich zu bewerben.

150tsd
ARTIKEL

350tsd
ASSETS



BESTENS ANGEBUNDEN

Situativ entschieden sich Zurbrüggen und Laudert zur Anbindung des ERP-Systems an das Contentserv-PIM über die Integrationsplattform E2E, um so bei der Erweiterung der implementierten Schnittstellen oder Anbindung zusätzlicher Systeme schnell und flexibel zu sein. Zur Schaffung von Synergien mit verbundenen Partnern wurden zudem externe Bilddatenbanken angeschlossen.

Die in Contentserv gepflegten Produktdaten können bei Bedarf als Produktdatenblatt in Form einer PDF-Datei im ERP-System aufgerufen werden – unter anderem um auch den Verkäufern auf den Verkaufsf lächen eine schnelle Übersicht ergänzender Produktinformationen zu ermöglichen. Dabei kommt die Smart Documents-Technologie von Contentserv zum Einsatz.

Die Lieferung aller Produkt- und Mediendaten an das Shop-System von Zurbrüggen wird über den SAWS-Connector Magento gesteuert. Mit dieser Schnittstelle lassen sich zusätzliche Attribute für den Shop unter Berücksichtigung von Daten-Transformationsregeln einfach hinzukonfigurieren.

GESCHULTE AUGEN SEHEN BESSER

Um den Mitarbeitern den Start mit dem neuen System zu erleichtern, führte Laudert im Mai 2019 Vor-Ort-Schulungen mit den zukünftigen PIM-Anwendern durch. Bereits im Oktober 2019 ging der Shop dann online – und die Zahl der angebotenen Artikel im Webshop ist seither schon um über 20 Prozent gestiegen.



VORTEILE FÜR ALLE BETEILIGTEN

Letztendlich profitieren von der PIM-Implementierung alle Parteien. Für Partner und Lieferanten hat sich die Kommunikation mit Zurbrüggen und die Daten-Übergabe verbessert.

Das Möbelhaus selbst profitiert von einer vereinfachten, aber gleichzeitig detaillierteren Datenpflege durch Zentralisierung und Strukturierung – und ist dank Product Information Management

nicht nur für die zukünftige Marketing-Kommunikation im Webshop, sondern weit darüber hinaus bestens aufgestellt.

Und dann wären da ja noch die Kunden auf der heimischen Couch: Die profitieren bei ihren Suchanfragen im Webshop von besseren Suchergebnissen, übersichtlicheren Produktinformationen und genießen ihre deutlich gestiegene Usability – was wiederum den Warenkorb freut. ■

Text und Fotos: Laudert, shutterstock

DETAILLIERTE DATENPFELGE

DURCH STRUKTURIERUNG UND ZENTRALISIERUNG

Bitte lächeln! Baby-Shooting bei Laudert

23-faches Kinderglück im Home of Media

Erneuter Baby-Boom bei Laudert: 23 Mal durften sich stolze Mamis und Papis im vergangenen Jahr über Nachwuchs freuen – ein Rekord. Dementsprechend voll wurde es auf unserem dritten Baby-Treffen, das neben Family-Networking und gemeinsamem Baby-Shooting dieses Mal auch zu Familienfotos mit Geschwistern einlud. Geschäftsführer Holger Berthues, der die Familien im Vredener Foto-Studio begrüßte, freute sich mit den Eltern: „Es ist schön, so viele fröhliche Eltern im Unternehmen zu sehen. Wir legen großen Wert auf ein familienfreundliches Arbeitsumfeld für unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.“

Welchen Stellenwert Familienfreundlichkeit im Unternehmen Laudert einnimmt, verdeutlicht

auch die große Zahl wiedereingestiegener Mitarbeiter nach der Elternzeit – sei es in Teilzeit-Modellen oder in Vollzeit. Eine familienfreundliche Atmosphäre, Unterstützung von Kolleginnen und Kollegen sowie individuelle und flexible Arbeitszeitmodelle sorgen für eine sehr gute Vereinbarkeit von Familie und Beruf. Holger Berthues ergänzt: „Familie und Zusammenhalt spielen gerade hier in einer ländlichen Region eine herausragende Rolle für die Menschen. Als Unternehmen möchten wir das gerne stärken und unterstützen.“ Und dafür wurde Laudert auch schon ausgezeichnet, unter anderem von der Zeitschrift „Eltern“. Ein kleines Gimmick für die Babys gab es natürlich auch: Jede Familie erhielt einen kleinen Laudert-Body für den jüngsten Spross. ■



Text und Fotos: Laudert, shutterstock



23x

KINDERGLÜCK IM
HOME OF MEDIA

Erdbeer- Spargelsalat

SÜSS-SAURES ERLEBNIS
IN DER SPARGELSAISON

REZEPT VON
GEESINK'S SPARGELHÖFFKEN

ERDBEEREN UND SPARGEL AUS VREDEN

Zutaten für 4 Personen

- 20 geschmackvolle Erdbeeren
- 16 weiße Spargel, nicht zu dick
- 3 EL Olivenöl
- 6 EL Gemüsebrühe
- 3 EL Weißweinessig
- etwas Ackersalat
- ½ Bund Kresse
- Salz und Pfeffer

Anleitung

Spargelköpfe abschneiden und den Spargel in je 3 gleichmäßigen Stücken 6 Minuten in kochendem Salzwasser blanchieren. Nach 4 Minuten Spargelköpfe hinzugeben. Danach Spargel abseihen und trocknen.

Öl in einer Pfanne erwärmen und die Spargelstücke unter Zugabe von Salz und Pfeffer gleichmäßig erhitzen. Brühe zugeben, einmal durchkochen, dann Essig zugeben und einmal aufkochen. Danach sofort in eine Schüssel geben.

Die Marinade abschmecken und nachwürzen, dann abkühlen lassen.

In der Zwischenzeit Erdbeeren in dünne Scheiben schneiden und auf Serviertellern auslegen. Den Spargelsalat anschließend mit der Marinade über den Erdbeeren ausgeben und alles mit Kresse und Ackersalat garnieren. ■

Guten Appetit!

NEWS + FACTS



Schüler begeistert von Einblicken

Workshoptag bei Laudert

32 Schüler und Schülerinnen fanden sich Anfang Februar bei Laudert zum Workshop-Tag „Pictures, Code + Style“ ein und erlebten Einblicke in die bunte Welt der Laudert-Medien. Dabei standen drei Workshops auf dem Programm: Photoshop, Fotografie und Styling.

Fachmännisch unterstützt von unseren Ausbildern Rita Dünne, Hermann Breuers und Daniel Borgmann durften die Teilnehmer spannende Inhalte kennenlernen – und auch selbst in der Praxis ausprobieren. Wie retuschiere ich Bildmaterial? Worauf muss ich bei der perfekten Inszenierung von Mode achten? Was zeichnen Portrait- und Produktfotografie aus? Und damit auch die Eltern mitreden können, wurden diese parallel zum Workshop unter der Leitung von Kerstin Schmitt durch das Unternehmen geführt.

DANKE, DASS IHR DA WART! ■



Ausgebucht in Hamburg

TALENT DAY MEDIEN + IT



Am 14. November waren wir ausgebucht. Jeder Platz unseres Berufsorientierungs-Events in Hamburg war belegt. Unsere Azubis Anja und Paul vermittelten einen tollen, praxisnahen Einblick in die vielleicht zukünftige Arbeitswelt der Interessenten. Vorgestellt wurden unser Ausbildungsangebot und die Karrierechancen für die Bereiche Mediengestaltung, Fotografie und Gestaltung für visuelles Marketing am Standort Hamburg. Neben einer Vorstellungsrunde und Präsentation war die Live-Besichtigung der Laudert-Studios und des Mediengestalter-Teams sicherlich das Highlight. ■

COLOR-MANAGEMENT

**Beratungsleistung
– auch für die neuen v3-Profile**

Laudert erstellt Daten für alle Druckstandards und Druckverfahren in unterschiedlichen PDF-Versionen. Wir unterstützen unsere Kunden auch bei Abweichungen gegenüber bestehenden Standards. So werden beispielsweise für unterschiedliche Bedruckstoffe Optimierungen durchgeführt – und das bei gleichen farblichen Ergebnissen. Natürlich sind unsere Mitarbeiter auch schon spezialisiert auf die neuen Offset Druckbedingungen „PSO Coated v3“ und „PSO Uncoated v3“ für gestrichene und ungestrichene Papiere. Unsere Experten unterstützen gerne bei der Durchführung eines einheitlichen Farbmanagements und der Umstellung der Datenbank(en) auf einen medienneutralen Bestand.

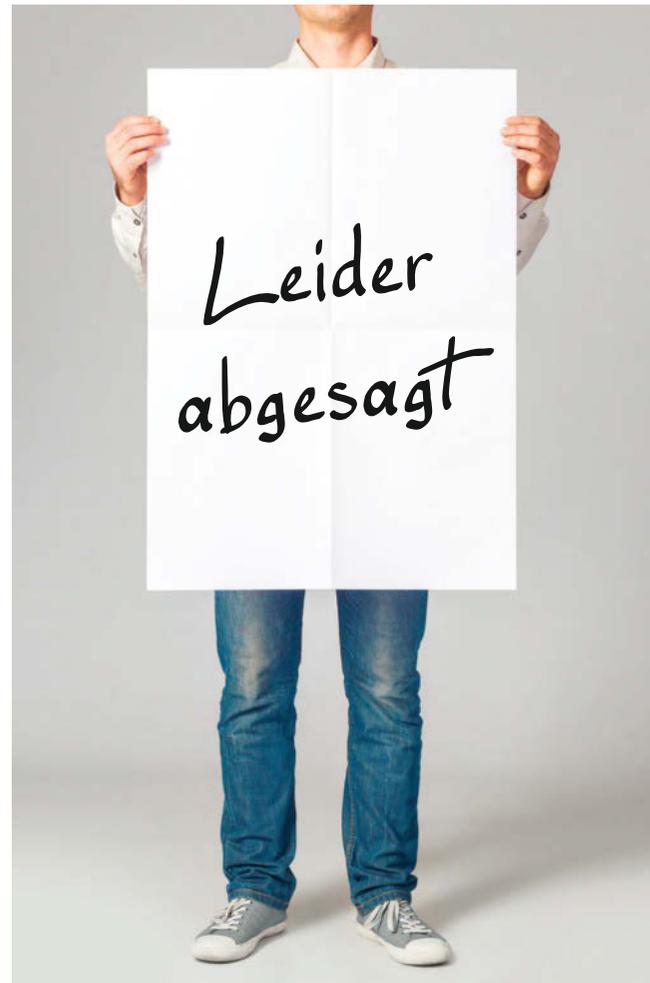
Wir machen (das Beste aus Ihrem) Druck! ■

Annika Rose für Prüfungsleistung geehrt

Gemeinsam mit 108 weiteren Auszubildenden aus dem Kreis Borken ist unsere Mediengestalterin Annika Rose im November für ihre herausragenden Leistungen in der IHK-Abschlussprüfung geehrt worden. Annika Rose war eine der 109 Auszubildenden (von 1.571), die die Abschlussprüfung mit 92 oder mehr Punkten von 100 meistern konnten.

Gratulation, Annika! Super Leistung! ■





Aufgrund des kursierenden Corona-Virus wurden und werden zahlreiche Veranstaltungen leider abgesagt oder verschoben. Auch der priint:day am 22. und 23. April und der ECD am 14. Mai ist betroffen. Mit weiteren Absagen und Verschiebungen in der Branche ist zu rechnen. Gut, dass wir am 20. März erfolgreich unser erstes eigenes Webinar durchführen konnten. Ein Angebot, das wir ausbauen werden.

Wir wünschen beste Gesundheit! ■

Vom Partner geehrt

Star Award für Laudert



Danke, Contentserv!

Anfang November wurden wir auf dem Product Experience Summit unseres PIM-Partners als „bester Partner“ ausgezeichnet – und erhielten dafür den „Star Award“. Die Ehrung unterstreicht eine langjährige, erfolgreiche Kooperation. Sven Henckel nahm den Preis dankend entgegen.

Auch auf der Konferenz war Laudert gefordert: IT-Consultant Thorsten Hamann nahm die Gäste mit auf eine Reise in die Welt der „Datenmodelle, Content-Pflege und andere Katastrophen“. Ein voller Erfolg! ■

Hamburg: DiscoveryDock

Virtuelles Hafenerlebnis

Sind Sie Süßwassermatrose? Die Seefahrt erscheint Ihnen manchmal wie Seemannsgarn? Das DiscoveryDock in Hamburg schafft Abhilfe: Ein faszinierender, interaktiver Abenteuerspielplatz, der ungesehene Perspektiven auf das quirliche Hafenerleben eröffnet.

Tauchen Sie virtuell ein in das Trockendock Elbe 17 und zeigen Sie, dass Sie beim Container verladen oder auf der Suche nach geschmuggelter Ware locker mit den Profis mithalten können. Ein 3D-Erlebnis, an dem nicht nur unsere CGI-Cracks wahre Freude haben!

Alle Infos unter discovery-dock.de ■



Zeitreise von der Couch:



Die WDR-Zeitkapsel

Back to the 60's, ganz bequem von zuhause: Die WDR-Zeitkapsel versetzt Sie in 360° und Web-Virtual Reality in das Leben vor 60 Jahren. Was hat den Alltag geprägt? Wie sahen die Möbel aus, welche Mode war in?

Lassen Sie sich zurückversetzen an Bord eines Flugzeuges im Jahre 1960 oder eine typische Stadtwohnung 1968. Mit der Zeitkapsel erleben sie auch die neuen Möglichkeiten des interaktiven Storytellings. Durch die nicht-linearen Stories hat die Zeitkapsel zudem einen hohen Wiederbesuchswert.

Zeitreise starten direkt unter zeitkapsel.wdr.de ■

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

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

KONZEPTION UND GESTALTUNG

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

BILDER UND TEXTE

Alle Bilder und Texte wie gekennzeichnet

AUFLAGE

1.500 Stück
© Copyright beim Herausgeber

Text und Fotos: Laudert,alvaro_cabrera, WDR, DiscoveryDock

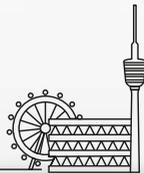
UNSERE STANDORTE



VREDEN



HAMBURG



STUTTGART



BAD WALDSEE



BANGKOK



HO-CHI-MINH-STADT

500

MITARBEITER

1959

GEGRÜNDET

6

STANDORTE

Laudert.
Home of Media