



Best Practice Woolworth:

Effiziente Prospekt-Produktion mit
LaudertMediaPort und print:comet





Wer Medien-IT sinnvoll einsetzen will, muss Medienproduktionen verstehen

Effiziente Medienproduktionen sind ohne intelligenten Medien-IT-Einsatz undenkbar. Vorhandene Infrastruktur und Prozesse sowie zukünftige Strategie sind in jedem Unternehmen jedoch völlig unterschiedlich und teilweise sehr komplex. Als Spezialist für Medien-IT und Medienproduktion analysiert Laudert den IST-Zustand und optimiert analog zu Strategie und Budget. Oftmals gelingt es bereits mit kleinen Prozessveränderungen und Automatismen Potential zu erschließen, Produktionszeit sowie -Kosten zu reduzieren und die Produktionssicherheit zu erhöhen.

Best Practice: Woolworth reduziert die Prospekt-Produktionszeit um mehrere Wochen

1879 revolutionierte Franklin Winfield Woolworth den Einzelhandel. 2010, nach der Übernahme des Unternehmens in Deutschland durch neue, handelserfahrene Gesellschafter, wurde der Mediendienstleister Laudert mit der Medienproduktion beauftragt – und sorgte gemeinsam mit den Woolworth-Werbeverantwortlichen auch hier für eine kleine Revolution: Der Herstellungszeitraum für die regelmäßig erscheinenden Prospekte konnte durch die Einführung intelligenter Prozesse um mehrere Wochen verkürzt werden.

Eine Kommandobrücke für alle und alles

Zentrales Element der gesamten Kampagnensteuerung, On- und Offline, ist die Product-Information-Management (PIM) Software LaudertMediaPort. Das webbasierte, modulare System setzen bereits über 30 Unternehmen zur effizienten Multi-Channel-Kommunikation ein.

Das Grundgerüst des LaudertMediaPort besteht aus modernster Standardtechnologie. In der Programmierung wird ein serviceorientierter Ansatz verfolgt: Verschiedenste, lose gekoppelte Dienste werden von LaudertMediaPort angefragt und in einer einheitlichen, webbasierten



Bedienoberfläche zusammengefasst. Dank eines sehr intelligenten Rechte-/Rollensystems, können sowohl sämtliche Ansprechpartner und Abteilungen bei Woolworth als auch externe Dienstleister auf einer zentralen Plattform zusammengeführt werden.

Auf dieser Plattform erstellen die Woolworth-Werbeverantwortlichen zunächst ein neues Projekt, in dem alle relevanten Produktionsdaten für die Kampagne hinterlegt werden. Anschließend kommt der Einkauf ins Spiel: Er kann einzelnen Seiten verschiedene Themen und/oder Zuständigkeiten zuordnen sowie ergänzende textliche Informationen hinterlegen. Nach Freigabe des Werbemittels folgt die Phase der Artikelmeldung durch den Einkauf. 80 bis 90 Prozent der beworbenen Artikel eines Prospektes sind jeweils neu im Sortiment. Der Einkauf exportiert daher eine Liste dieser neuen Artikel aus dem LaudertMediaPort und beauftragt mit ihr das Studio.Laudert zur Erstellung der Produktbilder.

Webbasiert layouts, prüfen und freigeben

Die Gestaltung der Prospektseiten wird in einem gemeinsamen Meeting von Woolworth, dem zuständigen Laudert-Fotografen und der Agentur Echopark besprochen. Hierzu wird das Digitale Scribble des LaudertMediaPort genutzt. Webbasiert lassen sich per Drag & Drop die einzelnen Seiten anhand der laut Einkaufsplanung vorgesehenen und durch das System bereitgestellten Artikeldaten intuitiv vorlayouten.

Wenn die mit Barcode versehenen Warenmuster im Studio eintreffen, wurden anhand der aus LaudertMediaPort exportierten

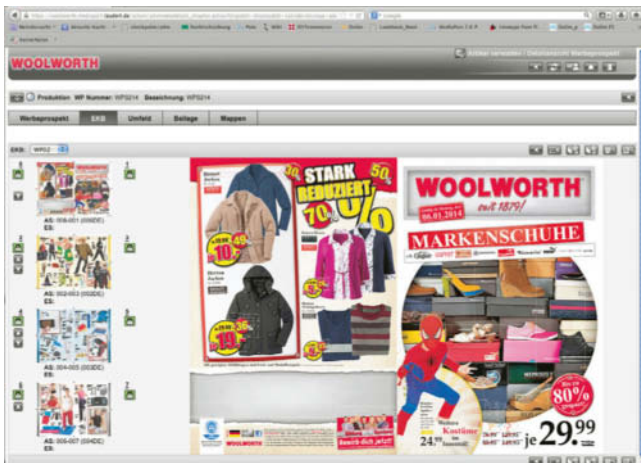
Liste bereits die zugehörigen Aufträge in der Software „StudioFlow“ generiert. Nach Check-in der Ware setzt der Fotograf die Artikel briefingkonform ins rechte Licht und pflegt die Bilder im LaudertMediaPort ein.

Dort können die Woolworth-Mitarbeiter die Fotos im Detail prüfen, kommentieren und schließlich freigeben. Der StudioFlow-Prozess koordiniert abschließend den Prozess der Bildveredelung bis zum Upload der optimierten Daten im Media-Asset-Management (MAM)-Modul des LaudertMediaPort. Sämtliche Produktbilder werden als Stammdaten im MAM medienneutral und in maximaler Auflösung vorgehalten und auf Basis von Farbprofilen für den jeweiligen Einsatzzweck optimiert.

Parallel zum Shooting-Prozess erstellt die Agentur in Absprache mit dem Einkauf bereits die zugehörigen Artikeltexte in den Stammdaten des LaudertMediaPort.

Flexibel bis zur letzten Minute

Beim Aufbau der Indesign-Dokumente funktioniert print:comet als Printausleitung aus LaudertMediaPort. Alle Elemente eines beworbenen Artikels, wie Produktbild, Logo, Text und Preis, werden automatisiert für jede Seite bereitgestellt und auf Basis der Informationen aus dem Digitalen Scribble grob vorlayoutet. Neben Titel-, Rück- und Inhaltsseiten stehen hierfür zusätzlich auch Templates für Sonderseiten zur Verfügung. Das Feintuning im Layout übernehmen die Mac-Operatoren bei Laudert, die das fertige Indesign-Dokument dann wieder im LaudertMediaPort einchecken. Mittels Softproof auf Basis Dalim prüfen die Woolworth-Verantwortlichen die Seiten sachlich und farblich. Über den Check-in/Check-



out-Prozess des priint:comet hat die Agentur darüber hinaus auch die Möglichkeit, das Indesign-Dokument selbst zu bearbeiten. Text- und Preisupdates erfolgen ausschließlich im LaudertMediaPort. Aufgrund der Verknüpfung dieser Elemente zu den Indesign-Seiten können so auch bis unmittelbar vor der Ausgabe für den Druck Korrekturen übernommen werden. Eventuelle Abweichungen zur Vorgängerversion werden visualisiert. So ist auf einen Blick zu prüfen, ob zum Beispiel Umbrüche korrigiert werden müssen. Der Fortschritt jedes einzelnen Objektes kann in einer Status-Übersicht jederzeit überwacht werden; der aktuelle Stand der einzelnen (Doppel-)Seiten ist als PDF im System abrufbar.

Auch für die Online-Bewerbung der Artikel stellt das System optimierte Bild- und Texdaten zur Verfügung, so dass das CMS-System direkt nach Freigabe mit den Daten gefüttert werden kann.

Fokus auf Marketing-Effizienz

Für 2014 sind bereits weitere Nutzungsmöglichkeiten geplant. Woolworth wird das LaudertMediaPort zukünftig auch als Controlling-Instrument einsetzen: Auf Basis der tatsächlichen Verkaufszahlen wird der Erfolg eines Prospektes sowie jeder einzelnen Seite und jedes beworbenen Artikels ermittelt. Weitere Laudert-Kunden, die eine höhere Wiederholer-Quote ihrer Artikel ausweisen, nutzen dieses Tool sogar noch intensiver: Das System schlägt dem Einkäufer auf Grundlage der letzten Bewerbung automatisch einen Indexwert und eine Flächenbelegung für den aktuellen Artikel vor. Die Anzahl der Artikel pro Seite und der indexierte Seitenanteil ergeben mit den Planwerten aus der Warenwirtschaft eine Erfolgseinschätzung von Seite und Gesamtobjekt.

„Gemeinsam mit Laudert ist es uns gelungen, einen innovativen und äußerst effizienten Prozess aufzusetzen. Seit Beginn der Zusammenarbeit konnten wir in einem kontinuierlichen Optimierungsprozess die Prospekt-Produktionszeit um mehrere Wochen verkürzen“, freut sich Ruben Schmitz, Marketingleiter Woolworth GmbH, über die erfolgreiche Partnerschaft. „Die Einführung des neuen Systems hing auch maßgeblich von der Akzeptanz unserer Einkaufsbereiche ab. Mittlerweile ist das LaudertMediaPort aus dem Gesamtprozess nicht mehr wegzu-denken“.



Über Laudert.

Mit 350 Mitarbeitern an den Standorten Vreden, Hamburg und Stuttgart sowie weiteren Teams in Bangkok und Ho-Chi-Minh-Stadt ist Laudert einer der größten Mediendienstleister in Europa und seit Gründung 1959 technologisch führend. Von der effizienten Verbindung aus Medien-IT- und Medienproduktions-Expertise profitieren renommierte Kunden aus dem Multi-Channel-Handel sowie der (Marken)Industrie: bonprix, Christ Juweliers, Claas, Ernesting's family, Grundfos, Hapag Lloyd, Jack Wolfskin, Karstadt, Schwab, Takko, Wehkamp (NL), La Redoute (F) und viele weitere weltweit agierende Konzerne sowie erfolgreiche Mittelständler.

Als „Mediendienstleister des Jahres“ ist Laudert strategischer und operativer Partner für die gesamte Produktkommunikation: Produktfotografie, Bilddatenoptimierung und -management, (SEO) Texte, Contentpflege/Shopmanagement, PrePress, Digital- und Großformatdruck. Analyse und Optimierung der gesamten Prozesskette sowie maßgeschneiderte Implementierung von IT-Systemen für die Produktkommunikation.

Medien-IT Laudert

Egal, wie komplex ein Medien-IT-Projekt ist: Die Benutzerfreundlichkeit ist das entscheidende Kriterium für den Erfolg einer Software. Nach dieser Maßgabe wird bei Laudert gearbeitet, damit Kunden erfolgreich kommunizieren können. Zu allen Facetten der effizienten Produktkommunikation finden sich Spezialisten im 60 Mitarbeiter starken Medien-IT-Team: der Analyse des Gesamtprozesses folgt die Optimierung im Kundensinne analog zu Strategie und Budget. Da bei Laudert Medien-IT- und Medienproduktions-Wissen zusammentreffen, erzielen die Spezialisten oft schon mit kleinen Schnittstellenverbesserungen und Automatismen große Fortschritte. Die Expertise umfasst Systeme für Product-Information-Management und Media-Asset-Management (LaudertMediaPort, Contentserv), Content Management (Typo3) und Printausleitungen (priint:comet).

Technische Basis des LaudertMediaPort

Hinter der Anwendung verbirgt sich eine leistungsstarke IT-Infrastruktur aus Datenbanken, Servern und Automaten. Die Bereitstellung erfolgt im ASP-Betrieb über das Laudert-Rechenzentrum. Woolworth kann so die bedarfsgerechte IT-Struktur inkl. Full-Service (u. a. 7x24 h Support, Datensicherung, Updates) planungssicher und zu kalkulierbaren Kosten nutzen, ohne hohe Einstiegskosten für Aufbau von Netzwerk, Servern und Know-how.



www.Laudert.de