



Inside ELV – oder wie Qualität entsteht

Teil 5

30 Jahre Technik erleben – dieses Credo des ELV-Jubiläumjahres ist für uns Anlass, unseren Lesern und Kunden während dieses Jahres einen tieferen Einblick in die Entstehungsgeschichte der im Hause entwickelten Produkte zu geben, bis sie diese schließlich in den Händen halten können. Während die Produktion läuft, haben Marketingabteilung und Verlag alle Hände voll zu tun ...

Wir haben da was Neues

Ja, nun geht es daran, unseren Kunden die Neuigkeiten bekannt zu machen, die Logistik zu organisieren, um, wenn der Container ankommt, schnellst möglich liefern zu können. Jetzt kommt die Marketingabteilung final ins Spiel. In welchem Werbemedium, an welchem Platz wird das neue Produkt platziert? Wird es durch einen Artikel im „ELVjournal“ vorgestellt?

Noch bevor der Versand der Produkte aus China erfolgt, müssen auch die Kundendokumentationen, sprich Bedienungs-

anleitungen nebst Konformitätserklärungen, erarbeitet, per Datenleitung ins Werk versandt, dort gedruckt und beigelegt werden.

Für die Koordinierung und Auslösung all dieser Arbeiten ist ein für das jeweilige Technik-Gebiet zuständiger Produktmanager mitsamt dem Mitarbeiter-Team des Produktmanagements verantwortlich, der alle logistischen Daten zusammenstellt, Werbemaßnahmen auslöst und von nun alle Prozesse bis zur Auslieferung überwacht. Besonders spezialisierte Produktmanager sind zudem für das Angebot und die logistische Abwicklung an und mit Großkunden zuständig.

Für die Werbung stehen dem Produktmanagement das Team des Print-Verlags sowie die Abteilung E-Commerce für die Internet-Publikation zur Verfügung. Jetzt kommen zunächst die Werbetexter ins Spiel, für Bedienungsanleitungen und

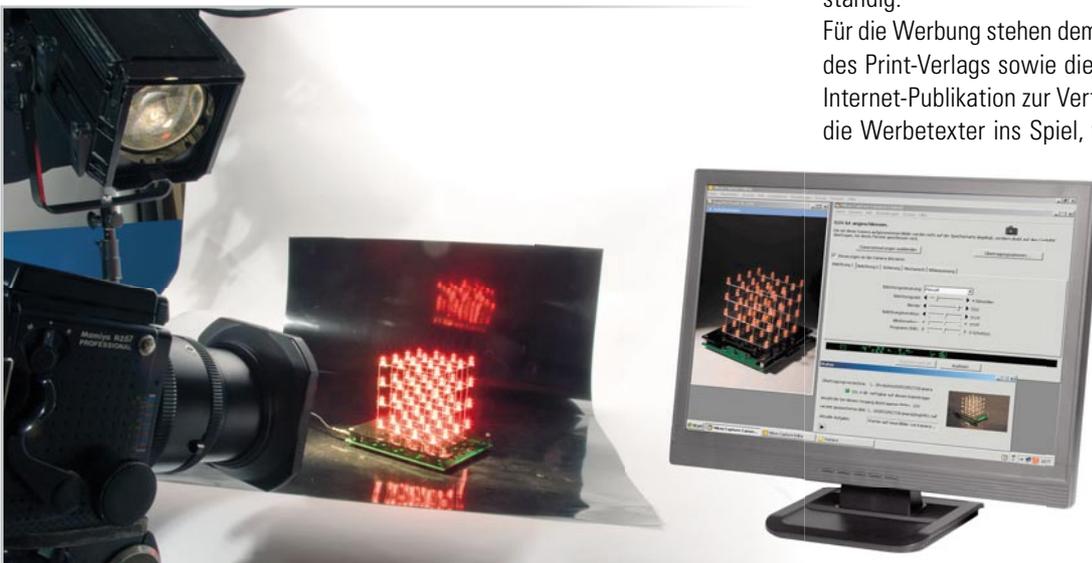


Bild 1: Alle Produktfotos entstehen in einem eigenen digitalen Fotostudio.

Artikel im „ELVjournal“ arbeiten Entwickler und Redakteure eng zusammen. Produktfotos (Abbildung 1) sowie Präsentationen müssen entstehen, das Endergebnis sind komplette Werbeanzeigen für Printmedien wie Kataloge und Mailings sowie für die elektronischen Medien wie Web-Shop und Newsletter.

Der Verlag, die Kataloge, das „ELVjournal“

Der Elektronik Literatur Verlag, die ursprüngliche Keimzelle des Unternehmens (siehe Teil 1 dieses Artikels im „ELVjournal“ 6/08), besteht aus einer relativ kleinen Abteilung mit Verlagsleitung, Redakteuren (zu denen auch die Entwickler zählen), und der DTP-Abteilung (Desktop-Publishing), die „ELVjournal“ und Printwerbung ins richtige Layout bringen (Abbildung 2). Dazu gehören auch externe Dienstleister vom Werbetexter, Autor, Übersetzer, Lektor, Fotograf bis hin zur Lithografie, die die fertigen Daten übernimmt und „druckreif“ für den elektronischen Druck macht. Hier sitzen dann auch die Grafikspezialisten für die umfangreiche Bildbearbeitung.

Nach den letzten Korrekturen gehen dann die Daten in die Druckerei. Für alle Beteiligten an diesem Prozess sind exakte zeitliche Abläufe Pflicht, die Großdruckerei hat kaum „Luft“ in ihren Abläufen, um auf verspätete Kunden zu warten.

Denn die Logistik zur Auslieferung der fertigen Druckprodukte läuft unterdessen ebenso mit ganz engen Zeitfenstern an: Postverteiler, andere Druckereien, die in Zeitschriften Mailings beilegen, der Zeitschriftenvertrieb. All diese Abläufe, bis „ELVjournal“ und Katalog bei Ihnen im Briefkasten liegen, organisiert und koordiniert der Verlagsleiter.

Ihm obliegt auch die Schriftleitung für das „ELVjournal“, immer noch – auch in Zeiten des Internets – eine der aufgabenstärksten Elektronikzeitschriften. Die Zeitschrift ist das Medium, das Elektronik-Interessierte rundum bedient, sie vermittelt Wissen aus allen Gebieten der Technik, es werden neue Technik-Trends vorgestellt, aber vorwiegend neue Elektronik-Projekte (Abbildung 3). Die Spezialität des „ELVjournals“: die komplette Beschreibung eines Projekts von der Umfeld- und Entstehungsgeschichte über die detaillierte Schaltungs- und Funktionsbeschreibung bis hin zur genauen Nachbaubeschreibung inkl. Stückliste, Platinenlayout, Montagebildern usw.

Dazu kommt das Internet-Angebot des „ELVjournals“, bei dem u. a. sogar die originalen Platinenlayouts zum Download bereitstehen. Abgeschlossene Projekte finden sich jeweils am Ende des „ELVjournals“ sofort als Bausatz- oder/und Fertigeräteangebot wieder, so kann der Leser auf schnellstem Weg das aktuelle Elektronik-Projekt nachbauen und einsetzen.

Immer wichtiger – das Internet

Parallel zu den Abläufen im Print-Verlag bereitet die E-Commerce-Abteilung die Publikation über das Internet vor – ein Verbreitungsweg, der, auch wegen der noch größeren Zeitnähe, als es mit dem Printmedium möglich wäre, immer wichtiger wird und immer größeren Umfang erlangt. Hier



Bild 2: Im DTP werden aus Daten Druckseiten-Vorlagen. Medienstalter setzen aus Texten, Bildern, Grafiken Katalog- und Zeitschriftenseiten zusammen.



Bild 3: Das „ELVjournal“ bietet alles über die Elektronik, vorwiegend detailliert beschriebene Selbstbauprojekte. Platinenvorlagen stehen zum Download per Internet bereit.



Bild 4: Web-Designer arbeiten an der Internet-Präsentation der Produkte.

arbeiten kreative Web-Designer und Programmierer an der Web-gerechten Präsentation (Abbildung 4), stellen zusätzliche Informationen wie Bedienungsanleitungen, Hintergrund-Infos, Vorführ-Videos, FAQs u. Ä. ein und organisieren den Internet-Kauf-Ablauf. Quasi auf Knopfdruck und sofort erhalten Sie z. B. per Newsletter alle Informationen zu einem neuen Produkt und können sich umfassend darüber informieren (Abbildung 5).

Vom Fluss der Daten

Dass die beschriebenen Prozesse ohne modernste Datenverarbeitung heute kaum mehr, vor allem mit einer noch überschaubaren Anzahl von Mitarbeitern, zu beherrschen sind – immerhin geht es um Zehntausende Artikel in einem der größten Elektronik-Versandhäuser Europas –, liegt nahe.

Deshalb arbeitet ELV mit einem speziell entwickelten, modernen Content-Management-System, in das alle Daten – logistische des Produktmanagements, Texte der Werbetexter, Bilder, Grafiken, Zusatzinformationen usw. – „eingespeist“ werden.

Aus diesem Datenpool entstehen im DTP und im E-Commerce halbautomatisch erzeugte Produktanzeigen, die hier wiederum den verschiedenen Publikationsaufgaben angepasst und zum Teil sogar direkt aus dem System von der Lithografie zur Weiterverarbeitung entnommen werden können. Gleichzeitig pflegen die Produktmanager hier ständig alle logistischen Daten der Produkte, die allen anderen Beteiligten so stets aktuell und automatisiert zur Verfügung stehen – die papiernen Zeiten sind also endgültig vorbei.

So vorbereitet, kann der Container kommen. Welche Logistik hinter Lieferung und Auslieferung an den Kunden steckt und mit welcher Technik das Versandhaus arbeitet, erfahren Sie im nächsten Teil. **ELV**



Bild 5: Schnelles Medium Web-Shop: Hier können stets ganz aktuell alle Infos zu einem neuen Produkt angeboten werden. Und aktuelle Offerten kommen blitzschnell frei Haus – der Newsletter, hier ein Ausschnitt, informiert alle interessierten Kunden tagesaktuell via Internet über neue Angebote.