

## ACO Mobile Applications

### B2B-Produktkommunikation 2.0 für Handwerker und Planer mit iPad und iPhone



Für uns sind die beiden Medienkanäle „iPhone“ und „iPad“, welche hier nur stellvertretend für die Plattformen „mobile“ und „Tablet-Computer“ stehen, eine ideale Erweiterung unseres crossmedialen Ansatzes für erfolgreiche Produktkommunikation im B2B-Bereich.



Das Berufsleben eines Handwerkers oder Planers, egal ob TGA-Planer, Installateur, Elektriker, Bodenleger o. ä. spielt sich zu einem Großteil auf der Baustelle ab. Deshalb ist es kein Wunder, dass gerade in dieser Branche die mobilen Kommunikationsmittel wie iPhone und iPad schneller im Vormarsch sind als in anderen B2B-Segmenten.

Braucht der Fliesenleger ein iPhone oder ein iPad im Werkzeugkoffer? Wenn er damit die Möglichkeit hat, direkt auf der Baustelle an dringend benötigte Informationen wie Bedienungsanleitungen, Montageanleitungen und Datenblätter zu kommen und benötigtes Zubehör eventuell auch gleich bestellen und auf die Baustelle liefern lassen kann, dann ist diese Frage eindeutig mit „JA“ zu beantworten.

Thorsten Christian, Marketing Manager bei der ACO Passavant GmbH, sieht das als einen wichtigen Medienkanal der Gegenwart und einen der wichtigsten der Zukunft: „Innerhalb der letzten zwei Jahre haben wir gemeinsam mit infolox unsere Produktkommunikation – Print- und Onlinekatalog – auf einen für unsere Zielgruppen optimalen Stand gebracht. Entlang der Wertschöpfungskette sehen wir gerade in den mobilen Anwendungen großes Potenzial. Dies zeigt nicht nur die steigende Anzahl der mobilen Endgeräte.“

iPhone-taugliche Applikationen und e-books fürs iPad sind dabei für uns kein „cooler Gag“, sondern elementare Bausteine im Medienmix.“

Alexander Pircher, Geschäftsführer von infolox, zur Strategie

von infolox in diesem Bereich: „Für uns sind die beiden Medienkanäle „iPhone“ und „iPad“, welche hier nur stellvertretend für die Plattformen „mobile“ und „Tablet-Computer“ stehen, eine ideale Ergänzung unseres crossmedialen Ansatzes für Produktkommunikation im B2B-Bereich. Durch die konsequente Etablierung des crossmedialen Ansatzes mit PIM und CMS, in dem alle Medienkanäle aus einer Quelle gefüttert werden, ist der Aufwand für die Erweiterung um zusätzliche Medienkanäle eher gering. Dabei agieren wir stets plattformübergreifend. Denn in den USA und Europa ist Android massiv auf dem Vormarsch.“

Neben dem Handwerker sehe ich vor allem den Außendienstmitarbeiter, Monteur und Kundendiensttechniker als Treiber in dieser Thematik. Warum sollte ein Außendienstmitarbeiter dutzende Printkataloge in seinem Auto spazieren fahren, wenn er doch alle übersichtlich und stets aktuell auf seinem iPad verfügbar haben kann?“



## ...die haben uns noch gefehlt

Auch im zweiten Halbjahr kann sich die infolox GmbH über erstklassige Verstärkung freuen.



### An der Front

Nesrin Karabag ist seit 01. Mai dieses Jahres die neue Stimme am Empfang und unterstützt zusätzlich unser Team in allen organisatorischen Belangen. Nach einer Ausbildung zur Hotelfachfrau absolvierte sie eine zusätzliche kaufmännische Weiterbildung.

Sie schafft es locker, Familie, Freizeit und Beruf unter einen Hut zu bringen. Soviel Frauenpower ist bei uns gut platziert.

Herzlich willkommen, Nesrin!

### In der Kreativ-Abteilung

Sandra Nußer, Diplom Kommunikations-Designerin (FH)

Nach ihren Grafik- sowie Kommunikations-Design-Studien zog es sie nach beruflichen Stationen in Freiburg, Hessen und Voralberg zurück an den Bodensee. Sandra engagiert sich in ihrer Freizeit für das Medium „Comic“ und unterstützt kulturelle Projekte in Friedrichshafen (Bodensee).

Seit Juli verstärkt sie unsere Kreativ-Abteilung. Mit Sandra konnten wir eine erfahrene Grafik-Designerin und Desktop-Publisherin gewinnen.

Herzlich willkommen, Sandra!

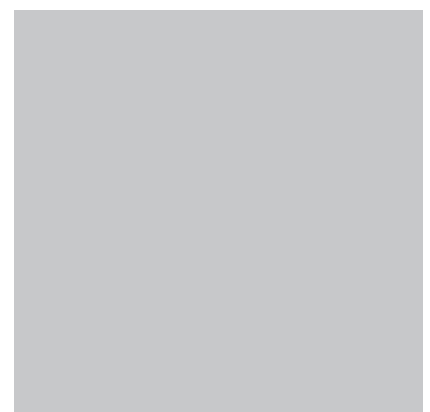
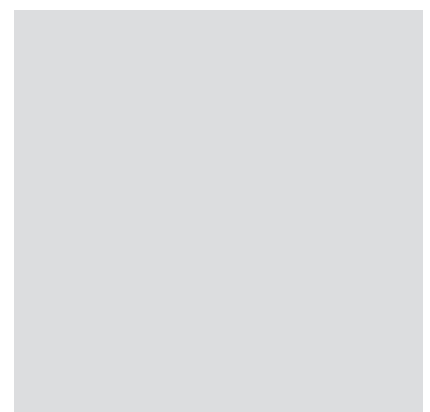
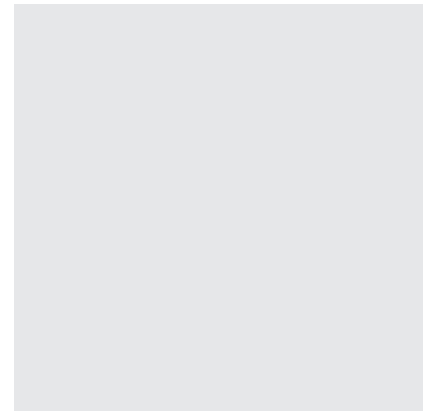


### Qualität setzt sich durch

Seit der zweiten Jahreshälfte unterstützt uns Stefan Winkler als Consultant in den Bereichen Beratung und Konzeption. Er wird u.a. projektspezifische Anforderungen ermitteln und dafür sorgen, dass diese zielorientiert umgesetzt werden.

Mit einem technischen Background und Abschluss der HTL für Textil-Chemie sowie Studium der Mediengestaltung an der Fachhochschule Voralberg war er u.a. beim Voralberger Medienhaus als Projektleiter in länder- und medienübergreifenden Projekten tätig.

Wir freuen uns auf seine Mitarbeit.  
Herzlich willkommen, Stefan.



## Success-Story HAHN+KOLB

infolox unterstützt HAHN+KOLB bei der Optimierung des Produktkatalogs

**HAHN+KOLB**  
GRUPPE



„Bisher haben wir ausschließlich positives Feedback von allen Seiten bekommen. Für diesen wichtigen Schritt nach vorne war es genau die richtige Entscheidung, auf die Katalogexperten von infolox zu setzen.“

Markus Buttau, Marketingleiter bei HAHN+KOLB



HAHN+KOLB Werkzeuge GmbH  
Borsigstraße 50  
D-70469 Stuttgart

info@hahn-kolb.de  
www.hahn-kolb.com

fon +49 711/9813-0  
fax +49 711/9813-354

„Unser Katalog ist unser wichtigstes Produkt. Deshalb wollen wir ihn kontinuierlich verbessern. Um einen großen Schritt nach vorne zu machen, haben wir uns Unterstützung bei den Katalogexperten von infolox geholt“, so Markus Buttau, Marketingleiter bei HAHN+KOLB.

HAHN+KOLB ist als innovativer Werkzeug-Dienstleister und Systemlieferant bekannt. Im Direktvertrieb werden Werkzeuge, Messtechnik, Betriebseinrichtungen, Handlingsysteme und Maschinen verkauft. Der jährlich erscheinende HAHN+KOLB-Katalog mit mehr als 1.400 Seiten und einer Auflage von über 70.000 Exemplaren in Deutschland ist nach wie vor das Kernstück des Geschäftes und in mehreren Sprachen verfügbar. Umso wichtiger ist es, seine Qualität ständig zu hinterfragen.

In einem Workshop mit Vertretern der Geschäftsführung, Marketing, Einkauf, Produktmanagement und Vertrieb wurden dabei die Optimierungspotenziale offengelegt, diskutiert und gewichtet. Zuvor hatte infolox bereits eine detaillierte Analyse des Katalogs hinsichtlich Informationsarchitektur und Navigation durchgeführt. Zur Aufarbeitung der Potenziale hat infolox Ideen und konstruktive Vorschläge entwickelt, die anschließend gemeinsam mit HAHN+KOLB umgesetzt wurden.

Relativ schnell war erkennbar, dass ein derartig umfangreiches Werk wie der HAHN+KOLB-Katalog nicht nur eine systematische Navigation benötigt. Auch musste berücksichtigt werden, dass alle Kunden der heterogenen Zielgruppe mit ihren unterschiedlichen Vorgehensweisen „abgeholt“ werden.

Ob Diamant-Feile oder Hand-Bohrmaschine – werden vier Personen zur Vorgehensweise bei der Produktauswahl im Katalog befragt, erhält man möglicherweise vier unterschiedliche Antworten. Es gibt nicht „eine“ Navigation – vielmehr müssen mehrere unterschiedliche Zugänge zum Sortiment verfügbar sein.

Exakt die Ausarbeitung dieses Navigationskonzepts stand im Mittelpunkt bei der Umsetzung des neuen HAHN+KOLB-Katalogs. Eine Kapitelübersicht mit Farbcodierung, Kapitelstanzen, vier unterschiedliche Indices und neue Kapitelstartseiten bilden die Grundlage für die neue Navigation im 1.400 Seiten starken Katalog.

Markus Buttau, Marketingleiter bei HAHN+KOLB: „Bisher haben wir ausschließlich positives Feedback von allen Seiten bekommen. Für diesen wichtigen Schritt nach vorne, war es genau die richtige Entscheidung, auf die Katalogexperten von infolox zu setzen.“



# Wachstum und Erfolg brauchen Platz

Nach kürzerer Umbauphase freuen wir uns, Ihnen nun endlich unsere neuen Räumlichkeiten zu präsentieren.

infolox GmbH – das führende Dienstleistungsunternehmen im Bereich IT-gestützte Produktkommunikation erweitert zum wiederholten Mal seine Geschäftsräume und reagiert damit auf sein rasantes Mitarbeiter- und Unternehmenswachstum.

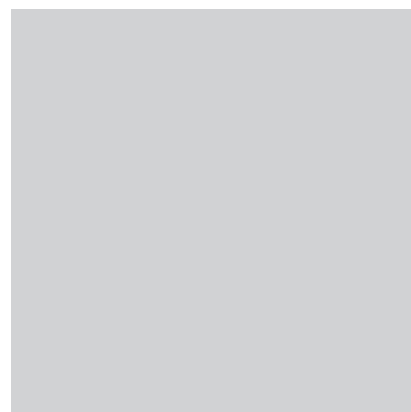
Nach einer Renovierungsphase von nur vier Monaten wurden auf einer weiteren Etage ein repräsentativer Kunden- sowie ein großzügiger Mitarbeiterbereich geschaffen.

„Mit der Expansion reagieren wir auf das starke Wachstum von infolox seit Gründung im Jahr 2003“, begründet Alexander Pircher, Geschäftsführer der infolox GmbH diese Entscheidung. „Das Team vergrößerte sich allein im letzten Jahr um 30%. Hier mussten und wollten wir reagieren, da uns die Relevanz eines komfortablen Arbeitsumfeldes und die damit verbundene Wirkung auf das Wohlbefinden sowie der Leistungsfähigkeit unserer Mitarbeiter bewusst ist. Mit dieser Erweiterung ist es uns gelungen, sowohl einen ansprechenden Kundenbereich

als auch ein komfortables Arbeitsumfeld für unsere Mitarbeiter bereitzustellen“.

Die neu hinzugekommenen Besprechungsräume sind nicht nur Dreh- und Angelpunkt bei der internen Projektumsetzung, sie bieten ebenfalls einen geeigneten Rahmen für Kundenbesprechungen, Präsentationen und Schulungen. Mehr Platz also, um Kreativität freizusetzen oder Entscheidungen herbeizuführen.

Und für die Pause hat im Mitarbeiterbereich ein Kickertisch Platz gefunden. Hier kann das infolox-Team auf andere Art und Weise ihre Flexibilität, ihr strategisches Denken sowie ihre schnelle Reaktion unter Beweis stellen. Und zu viert am Kicker – auch hier eine leidenschaftliche Zusammenarbeit.



**infolox**  
INFORMATION LOGISTICS

Bregenzer Straße 101  
D-88131 Lindau

info@infolox.de  
www.infolox.de

fon +49 8382 / 27 58 94-0  
fax +49 8382 / 27 58 94-9