

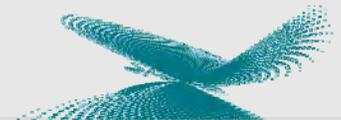


Informationen über Produkte und Dienstleistungen und Produktinformationsmanagement in Unternehmen¹

Ergebnisse der Studie

Dr. Daniela Straub, TC and more GmbH
Claus Noack, cognitas GmbH

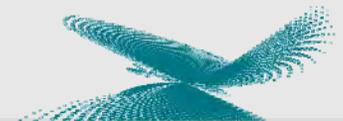
¹Eine Studie der TC and more GmbH erstellt im Auftrag der cognitas GmbH





Überblick

- Hintergrund und Fragestellungen der Studie
- Herausforderungen im Management
- Fragestellungen der Studie
- Ziel der Studie
- Umsetzung der Studie
- Stichprobe der Studie
- Fazit
- Technische Kommunikation als Terminologieexperte
- Technische Kommunikation als Informationsmanager
- Technische Kommunikation als Kooperationspartner





Hintergrund und Fragestellungen der Studie I

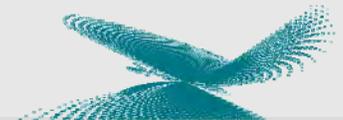
These:

Information ist die erfolgsentscheidende Ressource der Unternehmen geworden.

- Dienstleistungs- bzw. Produktinformationen sind Bestandteil jeder Industrie und jedes Unternehmens.
- Sie sind eine Notwendigkeit, denn sie sind sowohl für den Wertschöpfungsprozess selbst als auch für die erfolgreiche Vermarktung der Produkte unverzichtbar.

Beispiel:

Für jeden Verkauf benötigt der Verkäufer Informationen, um das Produkt an den Mann zu bringen: Technische Daten, Preisinformationen, Produktbeschreibungen, Grafiken etc. Und der Kunde nutzt diese Informationen, um sich zu entscheiden.





Hintergrund und Fragestellungen der Studie II

These:

Es gibt multiple Informationsquellen in Unternehmen

Dienstleistungs- bzw. Produktinformationen entstehen in den meisten Unternehmen in verschiedenen Bereichen.

Beispiel:

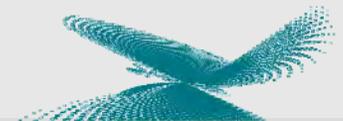
Dienstleistungs- bzw. Produktinformationen für den Verkauf kommen aus verschiedenen Quellen, wie

- Entwicklung, Marketing, Zulieferer, Produktmanagement, ...

und fließen über verschiedene Informationskanäle, wie

- Printkataloge, Webseiten, Beschaffungssysteme, ...

zum Kunden.





Herausforderungen im Management von Dienstleistungs- bzw. Produktinformationen

Je zahlreicher die Informationsquellen, Informationskanäle und Informationsnutzer, desto mehr Doppelarbeiten, Fehler und Verzögerungen sind möglich – und diese bedeuten Kosten.

Konsequenz:

Die Technische Kommunikation kennt die typischen Probleme

- Alle Produktdaten wurden doppelt und dreifach und an mehreren Stellen gepflegt
- Technische Dokumente werden so nebenbei erstellt
- Begriffe wie „Terminologie“, „kontrollierte Sprache“, „Funktionsdesign“ und „Single Source Publishing“ sind in anderen Bereichen Fremdwörter
- Informationsaustausch zwischen den Bereichen funktioniert nicht gut

Aber:

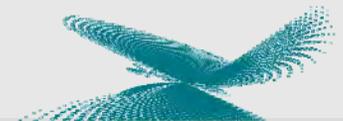
Wie denken die anderen Unternehmensbereiche über das Thema und die Probleme mit dem Management von Dienstleistungs- u. Produktinformationen?





Fragestellungen der Studie

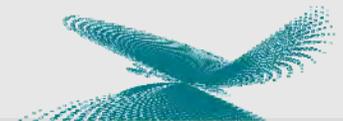
- Wo überall im Unternehmen entstehen Informationen?
- Was denken andere Unternehmensbereiche über das Management von Dienstleistungs- und Produktinformationen in Unternehmen?
- Wo sehen andere Unternehmensbereiche die Herausforderungen, Optimierungspotentiale und wichtige Handlungsfelder?





Ziel der Studie

- Gibt es Gemeinsamkeiten in den Meinungen und Ansichten anderer Unternehmensbereiche mit der Technischen Kommunikation?
- Sehen andere Unternehmensbereiche die selben Probleme wie die Technische Kommunikation?
- Könnten andere Unternehmensbereiche von dem Know-how der Technischen Kommunikation profitieren?
- Wie kann sich die Technische Kommunikation positionieren?





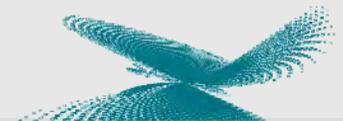
Umsetzung der Studie

Charakter:

- Ausgedehnte Fallstudie mit persönlichen Interviews und schriftlicher online-Befragung
- Erste Studie überhaupt, die sich mit der Strategie und den Problemen des Managements von Informationen zu Dienstleistungen und Produkten beschäftigt

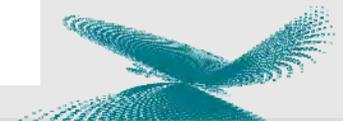
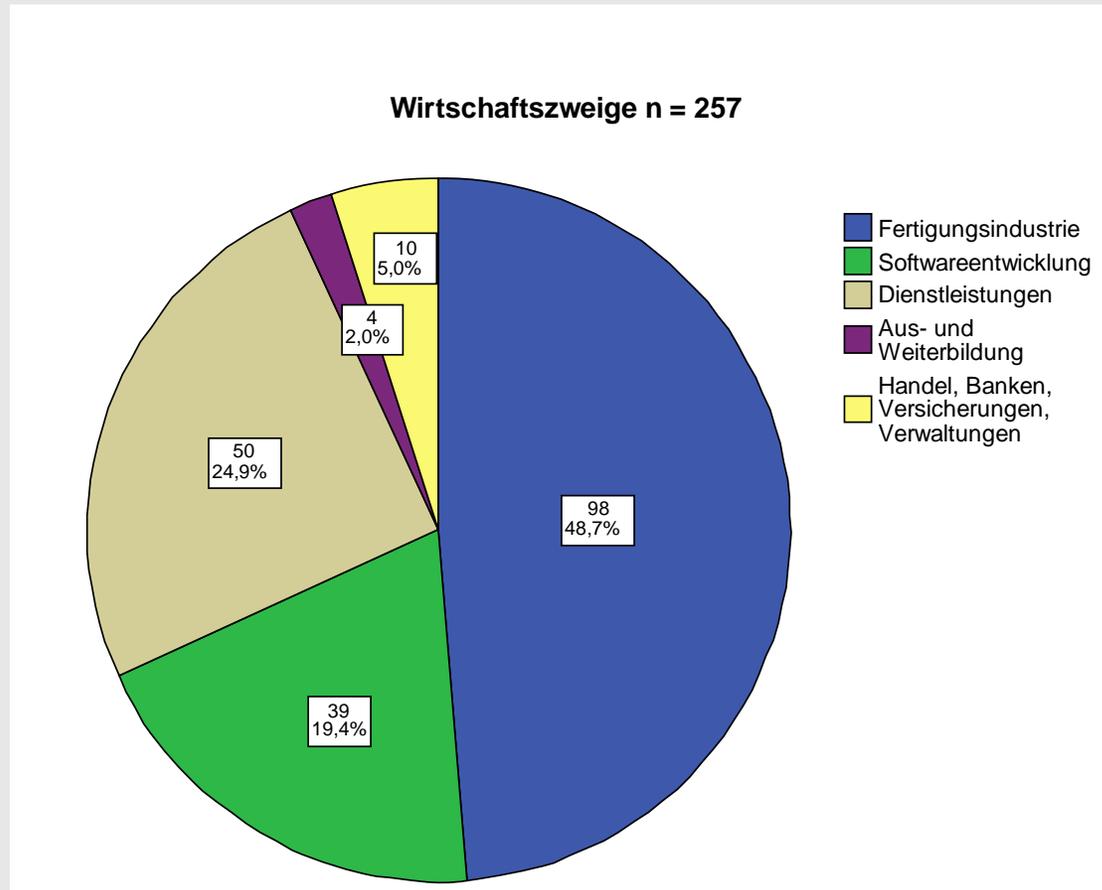
Zielgruppe:

- Ziel: 200 Führungskräfte aus verschiedenen Bereichen der deutschen Wirtschaft zu befragen
- Zielgruppe: Führende Mitarbeiter verschiedener Unternehmensbereiche
- Möglichst breiter Querschnitt von Unternehmen verschiedener Branchen und unterschiedlicher Größe





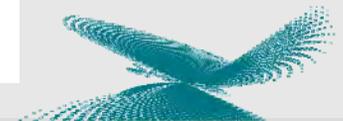
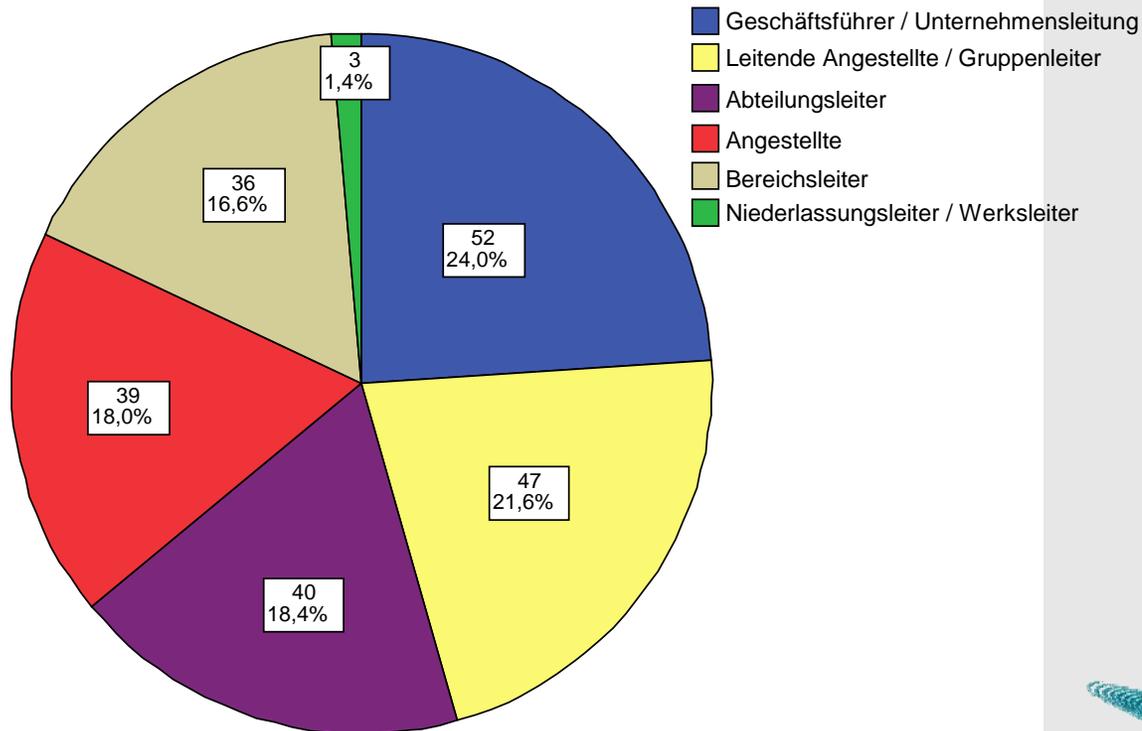
Stichprobe der Studie





Position der Umfrageteilnehmer im Unternehmen

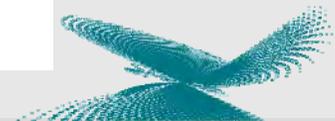
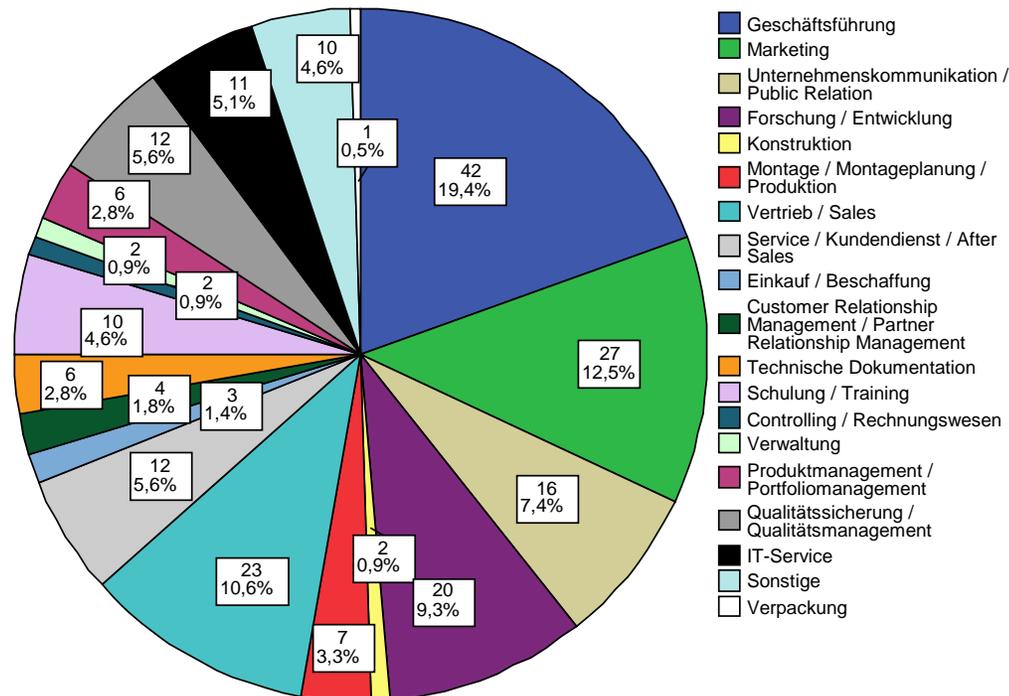
Position der Umfrageteilnehmer im Unternehmen n = 217





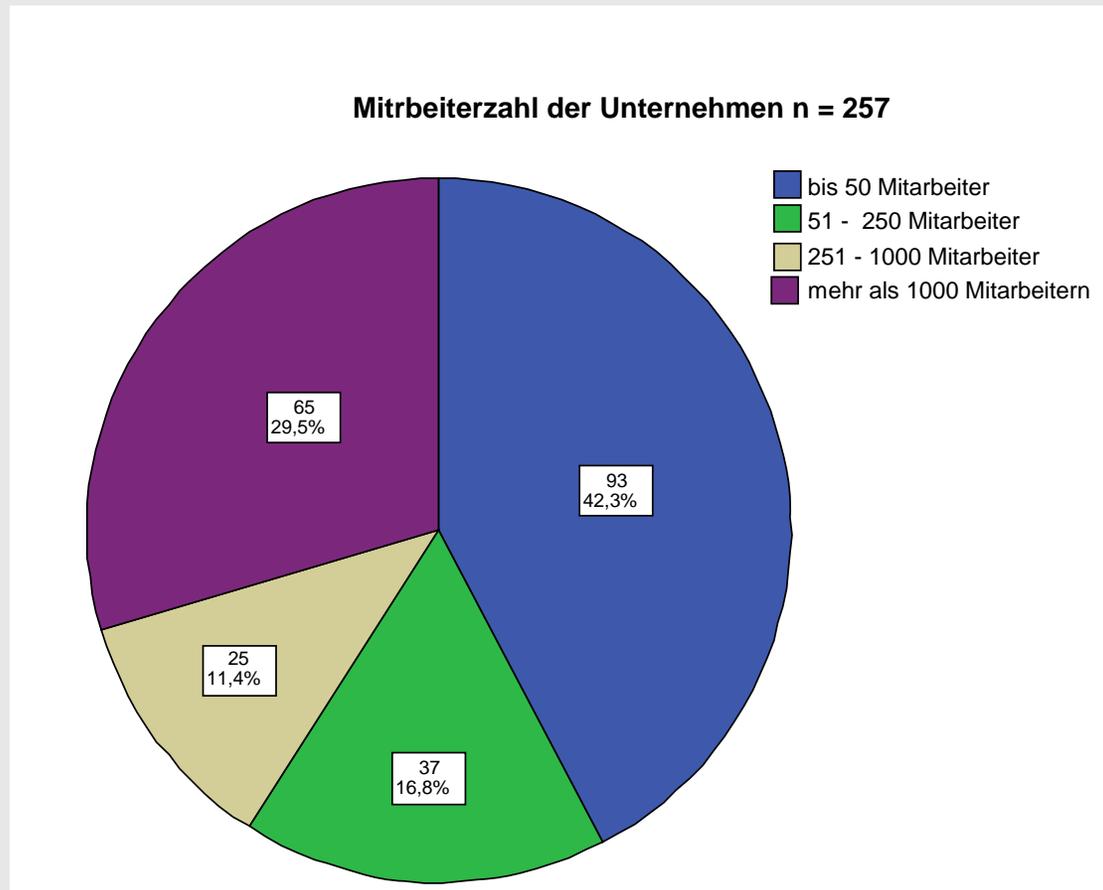
Organisatorischer Bereich der Umfrageteilnehmer im Unternehmen

Organisatorischer Bereich der Umfrageteilnehmer im Unternehmen n = 216





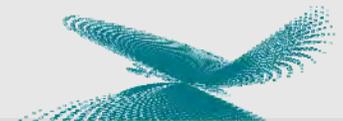
Mitarbeiterzahl der Unternehmen





Wo entstehen welche Informationen im Unternehmen?

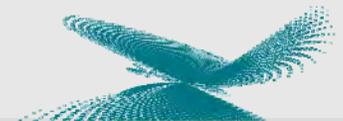
Wer erstellt/entwickelt?	Geschäfts- führung	Marketing	Unternehmens- kommunikation/ Public Relation	Forschung / Entwicklung	Montage / Montageplanung / Produktion	Vertrieb / Sales	Service / Kundendienst / After Sales	Schulung / Training	Qualitätssicherung Qualitätsmanage- ment	IT- Service
	26	17	7	12	7	17	10	10	10	6
Kundenpräsentationen über das Produkt / Dienstleistung	73,1%	52,9%	42,9%	16,7%	14,3%	70,6%	40,0%	70,0%	30,0%	0,0%
Marketingmaterial / werbliche Informationen / Prospekte	38,5%	47,1%	57,1%	0,0%	0,0%	70,6%	0,0%	30,0%	10,0%	0,0%
Presseinformationen zum Produkt / Dienstleistung	38,5%	52,9%	42,9%	0,0%	0,0%	35,3%	0,0%	30,0%	0,0%	0,0%
Kundenprobleme mit dem Produkt / Dienstleistung	7,7%	0,0%	0,0%	8,3%	14,3%	17,6%	40,0%	20,0%	30,0%	16,7%
Vertragsunterlagen zum Produkt / Dienstleistung	50,0%	11,8%	0,0%	16,7%	0,0%	58,8%	40,0%	10,0%	10,0%	0,0%
Qualitätsdokumentationen zum Produkt / Dienstleistung	23,1%	0,0%	14,3%	8,3%	42,9%	23,5%	20,0%	0,0%	50,0%	33,3%
Produktspezifikationen	30,8%	23,5%	14,3%	58,3%	57,1%	35,3%	20,0%	30,0%	30,0%	0,0%
Bedienungsanleitungen	15,4%	5,9%	14,3%	0,0%	28,6%	11,8%	50,0%	20,0%	10,0%	33,3%
Wartungsdokumentation / Instandhaltungs- informationen	19,2%	5,9%	0,0%	8,3%	28,6%	5,9%	70,0%	30,0%	20,0%	16,7%
Serviceanleitungen / Serviceinformationen	7,7%	11,8%	14,3%	8,3%	0,0%	0,0%	70,0%	30,0%	10,0%	16,7%
Reparaturanleitungen	7,7%	0,0%	0,0%	8,3%	28,6%	5,9%	50,0%	10,0%	0,0%	0,0%
Stücklisten / Ersatzteilkataloge	0,0%	5,9%	0,0%	33,3%	28,6%	5,9%	60,0%	10,0%	0,0%	0,0%





Wo entstehen welche Informationen im Unternehmen?

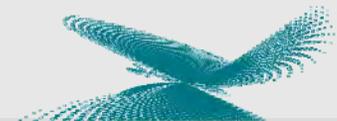
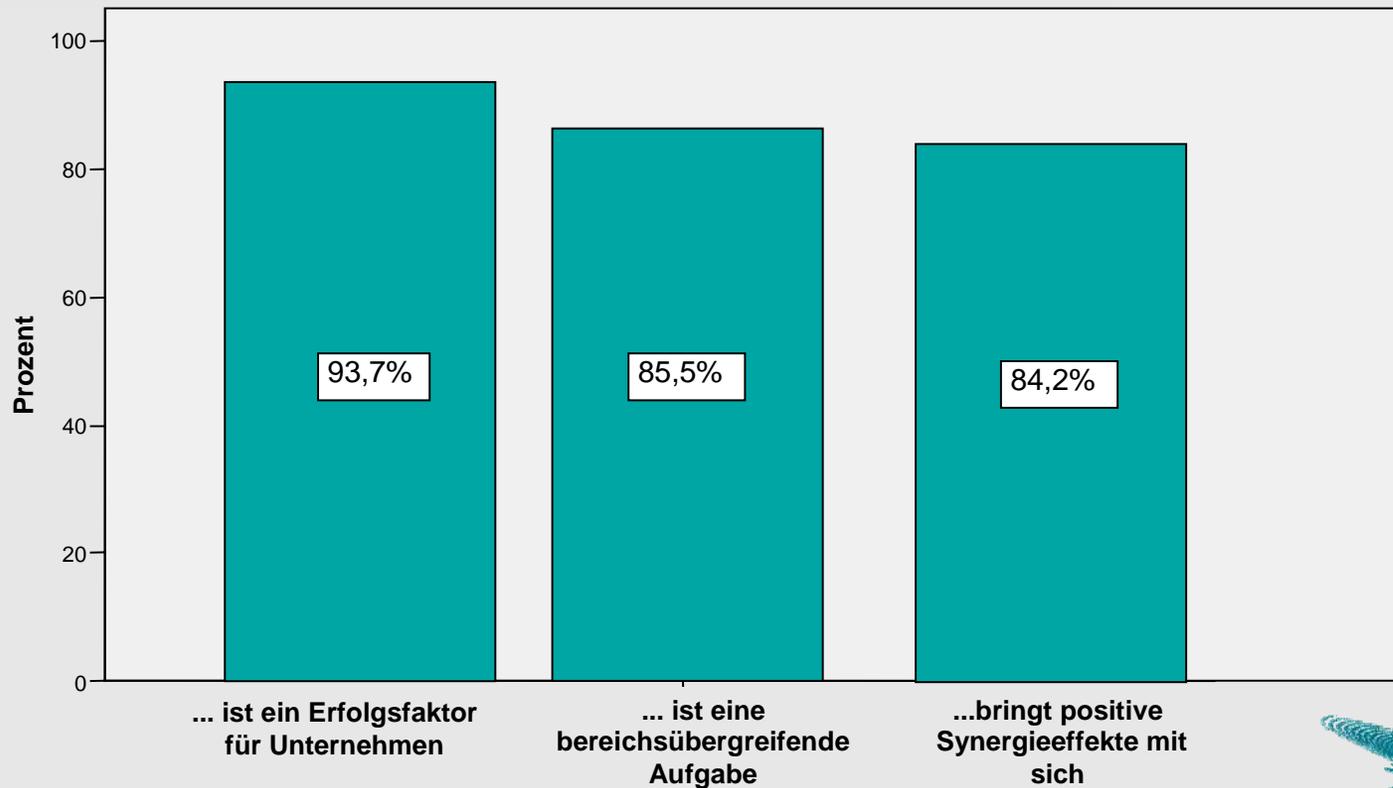
Wer erstellt/entwickelt?	Geschäfts- führung	Marketing	Unternehmens- kommunikation/ Public Relation	Forschung / Entwicklung	Montage / Montageplanung / Produktion	Vertrieb / Sales	Service / Kundendienst / After Sales	Schulung / Training	Qualitätssicherung Qualitätsmanage- ment	IT- Service
Montageanleitungen / Montagepläne	11,5%	0,0%	0,0%	25,0%	28,6%	0,0%	40,0%	20,0%	10,0%	0,0%
Produktkataloge	7,7%	11,8%	14,3%	0,0%	0,0%	41,2%	10,0%	20,0%	0,0%	16,7%
Datenblätter zum Produkt	11,5%	29,4%	14,3%	16,7%	42,9%	23,5%	20,0%	50,0%	30,0%	16,7%
Online-Hilfen zum Produkt	11,5%	5,9%	0,0%	0,0%	14,3%	29,4%	20,0%	20,0%	20,0%	16,7%
Produktinformationsblätter für Pre-Sales	30,8%	23,5%	0,0%	16,7%	14,3%	35,3%	10,0%	10,0%	30,0%	0,0%
Informationen zum Produkt- Releasewechsel	3,8%	5,9%	0,0%	8,3%	0,0%	11,8%	20,0%	10,0%	10,0%	16,7%
CAD-Grafiken / 3 D-Modelle zum Produkt	0,0%	0,0%	0,0%	41,7%	0,0%	0,0%	10,0%	20,0%	10,0%	0,0%
Bilder- / Grafiken zum Produkt	19,2%	52,9%	28,6%	8,3%	28,6%	35,3%	0,0%	30,0%	30,0%	0,0%
Schulungs- und Trainingsinformationen zum Produkt	11,5%	11,8%	42,9%	0,0%	14,3%	17,6%	40,0%	70,0%	20,0%	16,7%
Multimedia- Simulationsprogramme zum Produkt	19,2%	11,8%	28,6%	8,3%	0,0%	5,9%	0,0%	40,0%	0,0%	0,0%
Verfahrensanweisungen	7,7%	0,0%	0,0%	8,3%	28,6%	5,9%	30,0%	20,0%	40,0%	33,3%
Prozessdokumentation zur Produktentwicklung	11,5%	0,0%	0,0%	25,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	50,0%	66,7%
Zulieferelemente	3,8%	0,0%	0,0%	25,0%	0,0%	0,0%	10,0%	10,0%	20,0%	0,0%
Softwaredokumentation	3,8%	5,9%	0,0%	25,0%	14,3%	29,4%	10,0%	10,0%	20,0%	50,0%





Ergebnisse

Das Management von Dienstleistungs- und Produktinformationen...

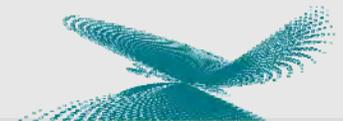




Handlungsbedarf

„Kundenstimme“:

"Zu unseren Herausforderungen im Management von Information gehört klar die Terminologiarbeit, die in den meisten Unternehmen noch nicht gemacht wird. Was hier häufig der Fall ist, dass man aneinander vorbei redet, weil jeder was anderes darunter versteht. Das ist oft ein Problem und das Hauptproblem dabei ist, dass niemand richtig Zeit hat..... "

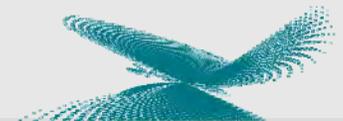




Fazit

Die Top Herausforderungen für die Unternehmen sind:

- Pflege und Aktualisierung von Informationen
- Verteilung der Information just-in-time
- Qualität der Basisinformation sicherstellen
- Synchronisierung von Informationsquellen
- Inhaltliche Konsistenz
- Zentrale Bereitstellung von Information/Informationsverfügbarkeit

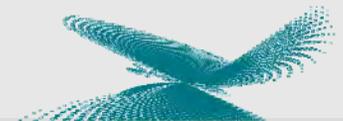




Fazit

Die zentralen Handlungsfelder sind:

- Sicherstellung der Informationskonsistenz: Begriffe vereinheitlichen und durchgängige Bezeichnungen nutzen (CI und Terminologie)
- Systemgestütztes Management der Informationen und Systeme für die Informationsentwicklung
- Standards für die Informationsstrukturierung/Layout
- Entlastung anderer, eigentlich nicht für die Informationsentwicklung zuständiger Abteilungen
- Synergieeffekte nutzen: Doppelarbeit in der Informationserstellung und doppelte Informationsrecherche vermeiden
- Gewährleistung rechtlicher Anforderungen



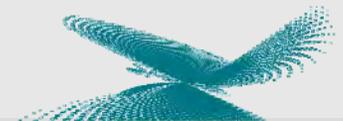


Fazit

Eindeutig ist, dass das **Management von Dienstleistungs- und Produktinformationen** aus Sicht fast aller befragten Teilnehmer – unabhängig von der Unternehmensgröße

- ein Erfolgsfaktor ist
- eine bereichsübergreifende Aufgabe darstellt
- ein bereichsübergreifendes Management positive Synergieeffekte mit sich bringt

Andere Unternehmensbereiche sehen dieselben Problemfelder wie die Technische Kommunikation!

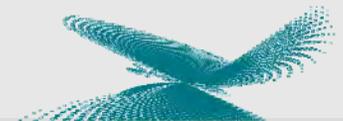




Fazit

Die Technische Kommunikation hat viel anzubieten, was anderen Bereichen von Nutzen ist.

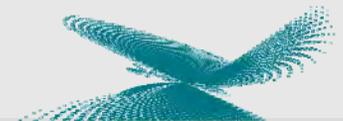
Nutzen Sie diese Erkenntnis für Ihre Sache!





Technische Kommunikation als Terminologieexperte

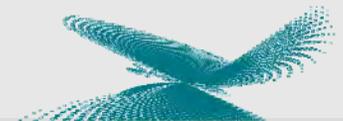
- Terminologie ist unerlässlich für konsistente Dienstleistungs- bzw. Produktinformationen
- Alle Unternehmensbereiche sprechen die gleiche Sprache
- Aufwände, Zeit und Kosten für die Übersetzung werden reduziert
- Die Bereiche profitieren: Vertrieb wird entlastet, denn falsche Bestellungen nehmen ab, Service erhält weniger Anfragen
- Aufwände anderer Unternehmensbereiche werden reduziert, denn Terminologiarbeit ist bereichsübergreifend.





Technische Kommunikation als Informationsmanager

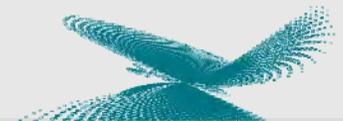
- Technische Kommunikation optimiert Informationsflüsse
- Alle Daten werden zentral gepflegt
- Andere Unternehmensbereiche wissen, wo sie Dienstleistungs- bzw. Produktinformationen finden
- Das Unternehmen spart Kosten, wenn die Dienstleistungs- bzw. Produktinformationen von den Unternehmensbereichen mehrfach verwendet werden können





Technische Kommunikation als Kooperationspartner und Dienstleister für andere Unternehmensbereiche

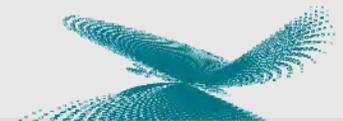
- Technische Kommunikation liefert zum Beispiel Marketing, Vertrieb und Service Know-how über
 - Standardisierung, Layout, DTP
 - Übersetzungsmanagement
 - Druck und Publikation
- Technische Kommunikation kann bei Bedarf oder Engpässen Aufträge übernehmen
- Technische Kommunikation kann im Auftrag anderer Abteilungen Dokumente erstellen





Technische Kommunikation sorgt für Qualität der Dienstleistungs- bzw. Produktinformationen

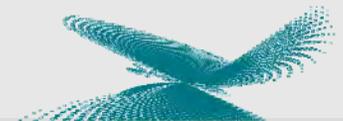
- Inhaltliche Richtigkeit
- Datenpflege
- Standardisierung





Technische Kommunikation sorgt für Einhaltung der Normen und Rechtssicherheit der Informationen

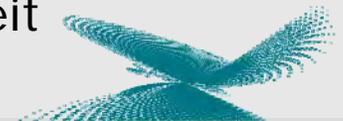
- Rechts- und Normenkenntnisse
- Know-how zur Gefahrenanalyse





Gehen Sie es an!

- Abteilung Technische Kommunikation als Experte für die Informationsentwicklung
- Globaler Ansprechpartner und Lieferant für Produktinformationen
- Dienstleister im eigenen Haus
- Kompetenzzentrum für Informationsentwicklung
- Zentrale und internationale Drehscheibe für alle Produktinformationen
- Lösungskompetenzen:
Terminologie, Konsistenz, kontrollierte Sprache, automatisierte Prozesse, Workflow, Redaktionssystem, Vielsprachigkeit





Wissen auf den Punkt gebracht.

cognitas.
Gesellschaft für Technik-Dokumentation mbH

Halle 9 Stand 38

Fordern Sie das Summary zur Studie und den cognitas Info-Brief mit weiteren Informationen an.

www.cognitas.de

* * *

TC and more GmbH
Stuttgart

www.tekom.de

