Web-to-Print: Klassische Publishing-Prozesse im Wandel

WEB-TO-PRINT. Wenn es nach den Protagonisten und Veranstaltern des 3. Web-to-Print Forums in Mainz geht, dann sind die Tage des klassischen Desktop-Publishing gezählt.

Der Bedarf an Informationen über Web-to-Print steigt jedenfalls, und das beachtlich. Über 300 Fachleute fanden sich im ZDF-Konferenzzentrum zum dritten Web-to-Print Forum in Mainz ein, um sich über den aktuellen Entwicklungsstand und neue Lösungen in Sachen serverbasierter Publikationsprozesse auf dem Laufenden zu halten. In 14 Vorträgen erläuterten Web-to-Print-Anbieter ihre Marktpositionierung, stellten ihre Produkte vor und zeigten in der Regel zusammen mit Anwendern, welche Vorteile sich im Praxiseinsatz einstellen.
Auch die hinteren Reihen wurden gut mit Bild und Ton versorgt, da mehrere Großleinwände installiert wurden.

LOCKERE PRÄSENTATION. Moderator Bernd Zipper sorgte mit lockeren Sprüchen für eine angenehme Atmosphäre, hakte aber auch gekonnt nach, wenn es zu werblich wurde. Für belebende Rückfragen aus dem Publikum blieb diesmal allerdings keine Zeit, zu sportlich war das geplante Pensum. Fragen konnten jedoch in den Pausen direkt auf den Ständen der Hersteller geklärt werden, die sich in der Konferenzhalle präsentierten. Einige Highlights aus den Vorträgen: Patricia Kastner von Contentserv stellte die gleichnamige Web-to-Print-Lösung im Praxiseinsatz bei der Firma Miele vor. Nach einer Schätzung liegen Produktinformationen in großen Unternehmen bis zu 80 Mal vor, daher ist ein Produkt Informations Management (PIM) von großer Bedeutung. Auf Basis des Indesign-Servers von Adobe organisiert und produziert Miele nun mit Hilfe von Contentserv 750 Prospekte im Jahr. Dank Bedienung über den Webbrowser ist dafür keine Softwareinstallation nötig. Für das Produkt I-Way Prime wurden gleich drei Präsentatoren aufgefahren, die Hersteller, Händler und Integratoren repräsentierten, darunter Jörg Hunsche, Press-Sense. Die Hauptzielgruppe von I-Way Prime sind Druckereien, die ihr Bestellwesen für fertige Druckprodukte und die Prozesse dahinter optimieren wollen.

QUARK- ODER ADOBE-SERVER. Holger Schmitt, Konzept-Ix, erläuterte das Produkt Pageflex, welches sowohl auf dem Indesign- als auch auf dem Quark-Xpress-Server aufsetzen kann, im Praxiseinsatz für die Touristikbranche. Hier gilt es spezielle Anforderungen wie hochkomplexe Preistabellen und die weltweit verteilte Informationsbeschaffung zu lösen. Aus diesem Grund arbeitet Pageflex komplett webbasiert und ist über Packagemaster auch mit einem PIM-Modul erweiterbar.
Thomas L. Rödding, Diron, stellte neue Module für Print4media vor. Darunter sind Erweiterungen, die eine Übernahme aus Printshop-Mail-Vorlagen sowie die Anbindung an die Print-on-Demand-Lösung Creo Darwin ermöglichen.
Eine maßgeschneiderte Lösung für die Bitburger Braugruppe zeigte Werner Samland, Infowerk. Mit der web- und offlinebasierten Lösung bestellen die fünf Marken der Gruppe über ein Gastroportal ihren Gastronomiebedarf. Mehr Flexibilität dank dynamischer Vorlagen mit integrierter Scriptlogik verspricht Andreas Kurzac, Kinetik, mit der Lösung I-Bright, welches die Datenbank Mediabeacon nutzt.
Das Produkt Brandmaker setzt einen Schwerpunkt in der Anzeigenplanung, so Alexander Garkisch, Pi-Consult; der Marketingplaner ist darüber hinaus mit Excel gekoppelt.
Die Brand Implementation Group gab einen Ausblick auf I-Brams 4.0, welches über ein verbessertes Rechtemanagement verfügt, neben sprachspezifischen auch landespezifische Einstellungen erlaubt, und mehr Anbindungen an klassische Systeme, beispielsweise zur Anzeigenverwaltung, bringt.
Das nächste Web-to-Print Forum wird auf zwei Tage erweitert und findet am 13. und 14. November statt.

Thomas Kaltschmidt

Bernd Zipper (rechts) und Alexander Garkisch.

Dank Großleinwänden war eine gute Sicht auch auf den hinteren Plätzen gegeben.