

In anderen Branchen sind die Möglichkeiten des Web 2.0 längst in den Arbeitsalltag integriert, doch die Druckindustrie tut sich schwer mit dem Einsatz neuer Technologien. Das Festhalten an altergebrachten Verfahren blockiert offensichtlich die Bereitschaft neue Wege zu gehen. So manch traditionelles Unternehmen mag im Internet bislang eher eine Gefahr als ein Mittel zum Zweck gesehen haben. Weit gefehlt, wenn man bedenkt, dass das Web 2.0 der Druckindustrie endlich ein entscheidendes Werkzeug geliefert hat: Web-to-Print.

QUO VADIS DRUCKVORSTUFE?

Die Online-Erzeugung von Druckvorlagen kann dabei helfen, Kosten, Aufwand und Zeit drastisch zu reduzieren. Mittlerweile lassen sich nahezu alle Drucksachen via Internet herstellen. Die Anwendung ist meist simpel. Jeder, der einmal eine Online-Bestellung aufgegeben hat, kann ein Formular ausfüllen, um Vorlagen für Visitenkarten oder Anzeigen selbst zu erstellen. Dank einer Online-Plattform können Kunden rund um die Uhr und an jedem Tag im Jahr Druckaufträge erteilen.

Die Liste der möglichen Endprodukte reicht von Büchern über T-Shirts bis hin zu Anzeigen oder umfangreichen Werbekampagnen. Agenturen und Internet-Dienstleister haben diesen neuen Weg des Verkaufens von Druckdienstleistungen für sich entdeckt. Zahlreiche Web-to-Print-Verfahren werden bereits sehr erfolgreich umgesetzt. Wer kennt nicht die boomenden Fotobücher zum selbst gestalten, um nur ein Beispiel zu

nennen. Anwender aus der Druck- und Medienindustrie bleiben dennoch skeptisch. So ist es doch verwunderlich, dass bislang nur wenige Offset-Drucker ihren Kunden Web-to-Print-Lösungen anbieten, während Agenturen und Online-Dienstleister in weitaus größerer Zahl vertreten sind. Es scheint, als verschleife die Druckindustrie hier einen entscheidenden Trend.

Dabei liegen die Vorteile auf der Hand: weniger Kosten, weniger Zeitaufwand, verbesserter Kundenservice. Dank Web-to-Print werden Aufträge möglich, die bei einem herkömmlichen Druckverfahren nicht lohnen würden. Bücher oder Zeitungen beispielsweise können direkt über Online-Plattformen erstellt und aktualisiert werden – die Autoren selbst speisen hier ihre Texte ein. Web-to-Print beinhaltet aber auch kaufmännische Prozesse. Im Hintergrund läuft die Bearbeitung von Rechnungen und Lieferscheinen ab, oftmals nur durch die Weiterleitung von Bestelldaten an ein Management-Informationssystem (MIS) wie SAP. Doch längst nicht alle Web-to-Print-Systeme sind für jedes Unternehmen geeignet. Der Markt bietet diverse Applikationen zur Aus-

wahl. Einfache Lösungen kosten rund 3.000 Euro, wer auf komplexe Anwendungen setzt, muss Summen im sechsstelligen Bereich einkalkulieren.

Die Bezeichnung Web-to-Print tauchte erstmals Ende der 90er Jahre auf, als sich abzeichnete, dass die Online Erzeugung von Druckvorlagen funktioniert. Die Druckindustrie in Deutschland hat diese neue Technologie lange Zeit nicht eingesetzt, wenn auch zur Kenntnis genommen. Seit 2004 verdoppelt sich allerdings die Zahl der Web-to-Print-Projekte von Dienstleistern in Deutschland, in Österreich und in der Schweiz, jährlich. Aktuell verwenden die zahlreichen Hersteller keine einheitliche Bezeichnung für Ihre Produkte.

So kann Web-to-Print auch Automatic Documents, Print Factory, Weptop-Publishing oder Dynamic Documents heißen. Dies lässt sich nicht zuletzt auf die Fülle der technischen Verfahren zur Online-Herstellung einer Druckvorlage zurückführen. Der Markt wird dadurch nicht gerade überschaubar. Sogar das simple Übermitteln von Druckjobs via Internet wird mitunter als Web-to-Print bezeichnet. Zipcon Consulting definiert Web-to-Print als »die servergestützte Online-Erzeugung von individuellen Druck-Dokumenten unter Einbeziehung der notwendigen kaufmännischen Prozesse.«

Die Studie

Druckvorlagen die online erzeugt werden, sparen Zeit, Geld und ermöglichen einen besseren Kundenservice. Anlass genug für Zipcon Consulting zusammen mit dem Bundesverband Druck und Medien e.V., Transparenz in den Dschungel rund um Druckvorstufe, Druck und Web 2.0 zu bringen. Die Studie »Web-to-Print 2007 – Lösungen, Verfahren, Märkte« soll einen Überblick über die

zahlreichen Hersteller, Produkte und Namen in Deutschland, Österreich und in der Schweiz verschaffen. Anwendern und Anbietern von Web-to-Print-Lösungen wird dabei nicht nur ein Überblick geboten, sondern die Studie beinhaltet zudem klare Bewertungen zu allen vorgestellten Produkten. Dazu wurden seit Anfang 2006 Daten zusammengestellt, analysiert und evaluiert. Aus über 200 geprüften Web-to-Print-Anwendungen hat das Team schließlich 60 ausgewählt, die in der Studie als für den Markt relevante Anwendungen präsentiert werden.

Das Rating

Wegen der Vielseitigkeit der Anwendungen, hat Zipcon Consulting diese in fünf Klassen unterteilt, und zwar in die Kategorien A, B, C, D, E. So ließen sich die diversen Web-to-Print-Lösungen und Modelle besser darstellen und bewerten.

Die Klasse A umfasst Automaten, also einfache Web-to-Print-Systeme zur Realisierung von einfachen Druckvorlagen, wie zum Beispiel Visitenkarten, auf Basis von Templates. Dabei ist der Austausch von Bildern und einzelnen Layoutelementen möglich und das System lässt sich an ein eigenes Shopsystem anbinden.

Die Kategorie B beinhaltet Layout-Automaten, Web-to-Print-Systeme die einfache aber auch komplexe Druckvorlagen auf Basis von Vorlagen realisieren können. Bilder und einzelne Layoutelemente können ausgetauscht werden und der Automat hat ein eigenes Bild- und Layoutmanagement.

Web-to-Print-Systeme zur Umsetzung von einfachen bis hin zu komplexen Druckvorlagen auf Basis eines grafischen Benutzerinterface fallen in die Kategorie C. Diese bieten die Möglichkeit zum aktiven Layouten, Austausch von Bildern und Layoutelementen sowie eine eigene Bild- und Layoutdatenbank.

Sofern Web-to-Print-Systeme auf einer Layout/Satzengine basieren und einfache bis komplexe Druckvorlagen ermöglichen, wurden sie in die Kategorie D eingeteilt.

Auch hier können Bilder und einzelne Layoutelemente ausgetauscht werden und eine eigene Bild- und Layoutdatenbank ist enthalten. Darüber hinaus lassen sich Layoutelemente frei gestalten und ein Shopsystem bzw. eine entsprechende Schnittstelle ist im Lieferumfang enthalten. Der Kunde kann Vorgänge über ein eigenes CRM steuern, außerdem können individuelle Workflows und Kampagnen frei gestaltet werden. Die GUI (grafische Benutzerschnittstelle) ist komplett anpassbar.

Mit Web-to-Print-Systemen in der Kategorie E lassen sich komplexe Druckvorlagen, die auf einer Layout-/ Satzengine basieren, umsetzen. Diese hochindividuellen Systeme erlauben den Austausch von Bildern und einzelnen Layoutelementen, die freie Gestaltung von Layoutelementen und haben eine eigene Bild- und Layoutdatenbank. Im Lieferumfang sind ein Shopsystem oder die entsprechende Schnittstelle enthalten, der Kunde verfügt über ein eigenes CRM. Wie in Kategorie D, können auch hier individuelle Workflows und Kampagnen frei gestaltet werden. Die grafische Benutzerschnittstelle ist ebenfalls komplett anpassbar.

Da es eine Reihe von Anbietern auf dem Web-to-Print-Markt gibt, war zunächst eine sehr sorgfältige Prüfung nötig. Zipcon Consulting legte dabei großen Wert auf die tatsächliche Eignung des Produkts im Hinblick auf Web-to-Print. Nicht alle Erzeugnisse die unter der Bezeichnung Web-to-Print zu finden sind, erfüllen tatsächlich die Bedingungen der fünf für die Studie maßgeblichen Kategorien.

Die Bewertung

Zipcon Consulting gibt seinen Kunden klare Kriterien zur Überprüfung der Produkte, bevor diese sich für die Investition in ein Web-to-Print-System entscheiden. Diese Kriterien wurden der Bewertung aller getesteten Anwendungen zu Grunde gelegt. So wurde natürlich das Preis-Leistungsverhältnis berücksichtigt

Automatische Farbraum- transformation



gm-g colorServer

- Automatische Farbraumkonvertierung in höchster Qualität
- CMYK-to-CMYK Konvertierung unter Beibehaltung der Eigenschaften des Schwarzkanals
- RGB-to-RGB Farbraumtransformation (Adobe RGB 98, ECI RGB, sRGB)
- PDF-to-PDF Konvertierung inkl. skalieren, schärfen und separieren von eingebetteten RGB-Daten
- 4D-Color Transformation Engine (ICC kompatibel)
- Dynamische 3D-Schärfung in Abhängigkeit der Auflösung

www.gmgcolor.com

GMG GmbH & Co. KG
Mömpelgarder Weg 10
72072 Tübingen
Germany

Tel: +49 (0) 70 71/9 38 74-0
Fax: +49 (0) 70 71/9 38 74-22
info@gmgcolor.com
www.gmgcolor.com

we know color

Bernd Zipper,
Mitherausgeber
der W2P-Studie



sowie der Aufwand für die Implementierung und Anpassungsmöglichkeiten an ein vorhandenes Corporate Identity Schema. Vor allem spielte auch die Anpassungs- und Zukunftsfähigkeit des Systems eine wichtige Rolle, auch im Hinblick auf die technische Skalierbarkeit sowie die Möglichkeit das System mit Modulen zu erweitern.

Entscheidende Fragen waren: lässt sich das System auch in anderen Sprachen nutzen? Wie leicht/schwer ist das grafische Benutzerinterface durch einen normalen Anwender zu erlernen? Kann dieser auch die Administration des Systems selbst leicht bewerkstelligen? Wie gut sind vom Hersteller angebotene Schulungsprogramme? Was taugt der Support des Herstellers? Wie gut oder schlecht lassen sich mehrere Kunden auf einem System hosten (im Optimalfall mit der Einhaltung mehrerer CI-Oberflächen) und wie steht es um die Abbildung kaufmännischer Prozesse? Es ging unter anderem darum herauszufinden, wie praktikabel Design- und Layoutfunktionen im System für den Anwender sind, wie dieser durch den Workflow geführt wird, wie hoch der Installations- und Administrationsaufwand ist und nicht zuletzt ob eine ausreichende oder hohe Systemicherheit gegeben ist.

Zu diesem Zweck haben alle berücksichtigten Hersteller einen detaillierten Fragebogen ausgefüllt, der überprüft und in ein Standardras-ter übernommen wurde.

Das Ergebnis der Studie beinhaltet eine Analyse der verschiedenen Einsatzbereiche von Web-to-Print-Anwendungen. Basisproduktionsverfahren werden genauso präsentiert, wie die Geschäftsfelder der Hersteller, Dienstleister und Distributoren. Darüber hinaus werden relevante Kunden der verschiedenen Bereiche vorgestellt. Letztlich ergibt sich für alle getesteten Anwendungen eine detaillierte und informative Bewertung. Alle Ergebnisse der Studie zeichnen die derzeitige Marktsituation nach – allerdings handelt es sich dabei um einen Anfang, die Studie wird in Zukunft kontinuierlich aktualisiert und überarbeitet werden. So können neue Produkte anderer Hersteller zukünftig in das Rating aufgenommen werden, vorausgesetzt, sie sind entsprechend geeignet.

Warum Web-to-Print?

Die genaue Analyse von Prozessen bei der Planung, Kreation und Gestaltung von Printmedien legt offen, dass viele Abläufe durch ein insgesamt vereinfachtes und effektiveres Vorgehen zeitoptimierter und kostengünstiger gestaltet werden könnten. Einerseits ist es sinnvoll die Produktion in der Vorstufe oder Druckerei zu verbessern aber auch eine Einbeziehung des Kunden in die Produktion ist zweckmäßig. Ein großes Optimierungspotential liegt der-

zeit – mehr oder minder unentdeckt – verborgen. Durch Web-to-Print lassen sich Kosten in Satz, Litho, Repro und Druckvorstufe genauso reduzieren wie in der Druckdatenaufbereitung und bei Produktions- sowie Planungszeiten.

Neue Technologien sind auf dem Vormarsch. Folglich wird die Druckindustrie in den kommenden Jahren mit einer drastischen Veränderung der traditionellen Arbeitsplätze, wenn nicht gar dem Verlust dieser konfrontiert werden.

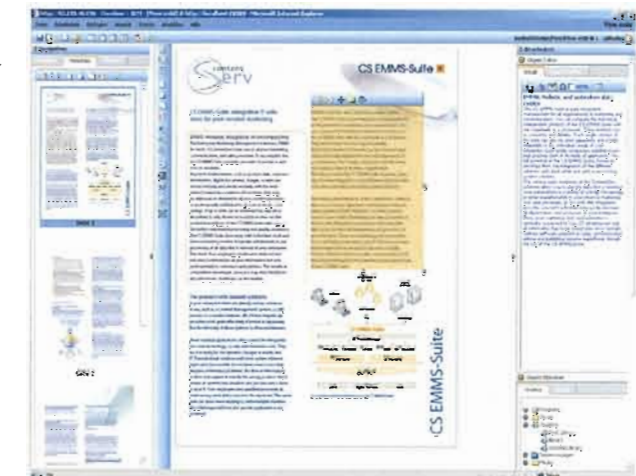
Nötige Konsequenzen liegen auf der Hand: größere Flexibilität, kontinuierliche Fortbildung und ein schnelles Umdenken der Entscheider sind gefragt. Während beispielsweise in den USA Web-to-Print fast schon ein Standard ist und sich auch in Großbritannien sowie Frankreich zukunftsträchtige Konzepte durchsetzen, waren Druck- und Medienstleister in Deutschland, Österreich und in der Schweiz, bislang eher skeptisch.

Doch die Branche kommt in Bewegung: von etwa 31.000 Unternehmen in Deutschland, die das Potential für neue Online-Dienstleistungen haben, bieten rund 1000 Firmen ihren Kunden Web-to-Print-Lösungen an. Tendenz steigend! Auch der Bundesverband Druck und Medien e.V. sieht entsprechenden Handlungsbedarf: »Das Internet nimmt mehr und mehr Einfluss auf die Druckindustrie, insbesondere in der Vorstufe und bei der Auftragsabwicklung. Wir wollen,



CS Creation-Suite: Dokument mit Vorschau und Editor

CS Creation-Suite: Automatische Übernahme von Produktdaten



dass unsere Unternehmen diese Entwicklung aktiv mitgestalten und beschäftigen uns deshalb intensiv mit dem Thema Web-to-Print und Database Publishing«, beurteilt Thomas Mayer, Hauptgeschäftsführer des bvdM, die derzeitige Entwicklung.

Neue Zielgruppen und neue Berufsbilder entstehen, dies muss die Industrie erkennen und sich zu Nutzen machen. Dazu soll »Web-to-Print 2007 – Lösungen, Verfahren, Märkte« einen wichtigen Beitrag leisten. Blu-

migen Marketingaussagen soll durch die klare Bewertung der am Markt befindlichen Anwendungen etwas Handfestes entgegen gesetzt werden. Um den Anschluss an die wachsende Online-Gesellschaft nicht zu verpassen, müsste die Druckindustrie offensichtlich neue Modelle entwickeln; insbesondere die Kauf- und Entscheidungsmechanismen der Online-Generation sollten gegenwärtig und zukünftig stärker berücksichtigt werden, wie die Studie offenlegt.

aus, gezielte Werbeaktionen im Corporate Design zu erstellen. Binnen weniger Tage werden die Berater in das System eingeführt – eine immense Entlastung für die interne Werbeabteilung. Die Folge: eine zielgruppengenaue Ansprache wird genauso umgesetzt, wie qualitativ hochwertige Drucke. Die schnelle Produktion gewährleistet eine gute Kundenbindung. Ein weiterer Vorteil liegt in der unmittelbaren Erfolgskontrolle durch die Auswertung der Rückläufer.

Zwar sind die Produktionskosten zweifelsohne höher als bei traditionellen Druckverfahren – dennoch sprechen die deutlich verbesserten Responsequoten für sich.

Beispiele aus der Praxis:

Sommer Corporate Media

Sommer Corporate Media bietet Komplett-Lösungen in den Bereichen New Media, Print und Direktmarketing für namhafte Kunden an. Die Postbank Vermögensberatung stellt beispielsweise ihren Beratern eine Web-to-Print-Anwendung von Sommer zur Verfügung. Täglich kommt es zu Druckaufträgen im Digitalbereich und die Responsequoten belaufen sich auf bis zu 35 Prozent. Dazu haben 400 Vermögensberater der Postbank Zugriff auf ein Portal. Sie können sich in das hauseigene System einloggen und individuelle Mailingaktionen für ihre Kunden mittels vorgefertigter Druckvorlagen durchführen. Die Vorlage kann aus bestimmten Gruppen oder auch aus

einer Gesamtliste ausgewählt und in einem Warenkorbsystem gesammelt werden. In der Folge erhält der jeweilige Berater einen Kostenvorschlag, die Möglichkeit einer Nachfassung ist gegeben. Je nach Druckvorlage wird schon innerhalb weniger Sekunden die entsprechende PDF-Vorschau angezeigt. Nun können noch Änderungen vorgenommen werden oder das Mailing wird direkt gespeichert. Abschließend wird es als Auftrag an den Druckdienstleister geschickt. Am Ende des Web-to-Print-Prozesses erhält jeder Berater eine Übersicht seiner erstellten Mailings inklusive einer weiteren Kostenkontrolle.

Dank dieser Lösung ist es den Postbank-Beratern möglich, 24 Stunden lang und von jedem Ort der Welt

CS Creation Suite von ContentServ

Die CS Creation Suite ist eine webbasierte Plattform mit der sich datenbankgestützte Print-Publikationen erstellen lassen. Diese können auf einem Server verwaltet und von mehreren Anwendern gleichzeitig benutzt werden. Da die CS Creation Suite aus verschiedenen Komponenten zusammengesetzt ist, eignet sie sich für unterschiedliche Anwendungsbereiche. Zwar können die einzelnen Komponenten frei miteinander kombiniert oder auch einzeln genutzt werden, jedoch ergibt sich

Intelligente Mailings erzeugt Sommer direkt aus der Datenbank – Grundlage sind die Daten die der Kunde im Internet eingibt. Quelle: Sommer Corporate Media



Auch Mailings erzeugt Sommer direkt aus der Datenbank – bei gleichzeitigem Reporting direkt an den entsprechenden Kundenberater. Quelle: Sommer Corporate Media



gerade in der Kombination das volle Potenzial. Zentrales und vernetztes Arbeiten an InDesign-Layouts über einen einfachen Browser ist genauso möglich, wie das Zusammenfügen von vorgegebenen Layout-Elementen. Interessant für Handelspartner: sie können die Elemente via Webbrowser individualisiert anwenden und als Druck- oder Versandauftrag an ihre Zentrale schicken. In Content Serv erstellte Layouts lassen sich auch in Adobe InDesign bearbeiten, genau wie PDFs. Alle Notizen, Bilder, Proofs und Grafiken können in digitalen Auftragsmappen an einer zentralen Stelle gebündelt werden.

Ein Praxisbeispiel: Mit der CS Creation Suite kann ein weltweit agierendes Unternehmen das Drucken von Marketingunterlagen einfach zentralisieren. Dazu werden im zentralen Marketing sämtliche Unterlagen von Fachkräften in Adobe InDesign gestaltet. Das Ergebnis sind verbindliche Gestaltungsvorlagen. Die relevanten Inhalte und Dokumente werden in den Content-Serv-Datenbanken hinterlegt (z.B. in einem Redaktionssystem oder einem Content Management System).

Alle an der Produktion beteiligten Mitarbeiter haben über einen Webbrowser stets Zugriff auf die InDesign-Vorlagen. Sämtliche Niederlassungen oder Handelspartner können so in den Vorlagen arbeiten und

kann es direkt als druckfähiges PDF verschickt oder mittels CS Creation Suite an ein Qualitätsmanagement weitergeleitet werden.

Wie deutlich wird eignet sich diese Lösung für ein mittelständisches Unternehmen mit einer zentralen Marketingabteilung. Besonders für größere Industrie- und Handelsunternehmen wäre die CS Creation Suite interessant. Marketing- und Publishing-Aufgaben lassen sich mit dieser Web-to-Print-Anwendung verbessert und vereinfacht bewältigen.

Die »neuen« Geschäftsmodelle

■ Web-to-Print hat Zukunft und könnte zum »Publishing-Instrument« schlechthin avancieren. Derzeit sind die Grenzen zwischen Anbietern auf der einen und Dienstleistern auf der anderen Seite allerdings noch recht unscharf. Daher hat sich Zipcon Consulting um die Einteilung der vielen neuen Geschäftsmodelle in gewisse Basis-Kategorien bemüht.

Ein kurzer Überblick

■ Zunächst wären hier Technologieanbieter zu nennen, welche die nötigen technischen Komponenten für Web-to-Print-Lösungen ermöglichen. Softwareanbieter produzieren Web-Portale, Softwaremodule oder ganze Web-to-Print-Anwendungen. Unternehmen, die entsprechende Lösungen aus diversen Komponenten zusammenstellen, erweitern oder umprogrammieren und für ihre Kunden in eine Gesamtplattform integrieren, werden als Integrierte bezeichnet. Provider verkaufen oder vermieten schließlich Web-to-Print-Plattformen. Darüber hinaus gibt es diverse Mediendienstleister, die den Endkunden temporär Anwendungsplattformen zur Verfügung stellen.

Web-to-Print – der neueste Stand

■ Die Markt und Produktstudie »Web-to-Print 2007 – Lösungen, Verfahren, Märkte« liefert wichtige aktuelle Informationen und Bewertungen, lässt aber auch den Blick in die Zukunft nicht aus. Am Ende steht eine Vision für die weitere Entwicklung von Web-to-Print-Anwendungen, die sich sowohl auf Marktdaten als auch die umfassenden Erfahrungen der Autoren stützt. Insgesamt bietet die Publikation dem Leser einen bislang einzigartigen Marktüberblick und eine Entscheidungshilfe für Investitionen oder künftige Strategien.

Tagesaktuelle Informationen aus der Branche bietet darüber hinaus der neue Online-Dienst www.beyond-print.de. Hier wird das Geschehen auf dem Web-to-Print-Sektor täglich redaktionell aufbereitet. Neuerungen und wichtige Ereignisse sind in den News nachzulesen. Hinter dieser Site steht wiederum Zipcon Consulting. Der Sinn und Zweck des Service liegt in der aktuellen Berichterstattung, den Hintergrundinformationen und der somit kontinuierlich nachgebeserten Transparenz des Marktes. In multimedialer Form werden auf www.beyond-print.de alle wichtigen Entwicklungen in Web-to-Print-relevanten Bereichen verfolgt und festgehalten. Podcasts, Interviews, Anwendungen im Praxis-Test in der Rubrik »One-Take« und Experten-Blogs runden das umfangreiche Angebot ab.

Bernd Zipper

» Web-to-Print ist kein Ersatz für erfolgreiche Geschäftspraktiken, sondern eine Erweiterung der Geschäftsplattform. «

– Bernd Zipper –

selbst Input liefern. Über ein Übersetzungssystem lassen sich auch weitere Sprachversionen umsetzen und hinterlegen. Ist ein Dokument fertig angepasst und vorgefertigt, so