



V. l.: Klaus Kurz, Adobe, Christian Pahl, BWH, Holger Schmidt, Konzept iX, Marko Pagel, Quark, Moderator Bernd Zipper und Wolfgang Boretius, trivet.net, bei der 5-to-5-Hersteller Fragerunde.

Zum ersten Mal wurden dem Thema Web-to-Print auf dem mittlerweile vierten Web-to-Print-Forum in Mainz gleich zwei Veranstaltungstage gewidmet. Während der erste Tag vollständig mit einer ganzen Reihe praxisorientierter Workshops angefüllt war, bot der zweite Tag Anwendern einer solchen internetbezogenen Lösung die Gelegenheit, die Einbindung eines Web-to-Print-Tools in ihre jeweiligen Unternehmensprozesse vorzustellen.

4. Web-to-Print-Forum – Vom Workshop zur konkreten Praxis-Anwendung

Während sich die rund 240 Konferenzteilnehmer des diesjährigen Web-to-Print-Forums am ersten Veranstaltungstag interessenabhängig entscheiden konnten, welchen der zahlreichen parallel laufenden Praxis-Workshops der Hersteller sie besuchen wollten, konnten sie am zweiten Tag den Praxisberichten von insgesamt zwölf Kunden aus Industrie, Handel und Verlagswesen folgen, die über die Erfahrungen der Einbindung von Web-to-Print-Applikationen in ihre Unternehmensprozesse berichteten. Nach einer kurzen Einleitung von Moderator Bernd Zipper stimmte Dr. Andreas J. Dietrich, Geschäftsführer, Universität Hohenheim, Forschungszentrum Innovation und Dienstleistung, die Anwesenden mit seinem Beitrag über veränderte Wertschöpfungsprozesse in der Medienbranche und die Wirtschaftlichkeit von Web-to-Print-Anwendungen allgemein auf das Thema ein. Den ersten Praxisbericht trug dann Christian Rasche, Channel Group Manager, Coca-Cola Erfrischungsgetränke AG, Berlin, bei. Er stellte das e-Print Portal vor, mit dem man bei Coca-Cola die Individualisierung der POS-Werbematerialien für den Außer-Haus-Markt realisiert hat: „Im Zuge einer aktiven Verkaufsunterstützung für das Snack-Geschäft haben wir

deutschlandweit Kooperationen mit Bäckereien, Metzgereien und Imbissbuden mit dem Ziel aufgebaut, unseren Partnern einheitliche und im globalen Coke CI gehaltene POS-Werbemittel bereitzustellen. Während wir zunächst versucht haben, dieses Projekt ohne Web-to-Print-Applikation umzusetzen, sahen wir rasch ein, daß Aufwand und Kosten ohne diese Technologie nicht mehr tragbar sind“, skizziert Christian Rasche die damalige Situation. Gelöst wurde dieses Problem dann durch die Entwicklung des auf cay MediaBase zugrundeliegenden E-Print-Portals „Coke&Snack“, bei dem die Entwicklung der einzelnen Kooperationspartner dokumentiert wird und das überaus einfach zu nutzen ist.

Olaf Nolting, Leiter Elektronischer Vertriebsservice, DekaBank, Frankfurt,

berichtete in seinem Vortrag von der Implementierung des BrandMaker-Tools, mit dessen Hilfe eine zentrale Organisationsstruktur angelegt wurde, die den Sparkassen einen Direktzugriff auf Werbemittel, Marketingplaner und Printmedien erlaubt. Einzig und allein die Führung der Metadatenbank gestaltet sich Olaf Nolting zufolge bis dato noch recht aufwendig.

Jörg Denning, Geschäftsführender Gesellschafter, Jung Bonbonfabrik, Vaihingen/Enz, faßte in seinem Beitrag zusammen, wie es ihm gelungen ist, mit Hilfe von Web-to-Print neue Absatzkanäle zu schaffen. Der Marktführer im Bereich der Werbesüßwaren kehrte neben dem Hauptgeschäft im B2B-Geschäft mit dem Geschäftsmodell des individualisierten Adventskalenders zu seinen Wurzeln im Consumerbereich

Bernd Zipper (l.) debattiert mit Dr. Andreas J. Dietrich über die sich wandelnden Wertschöpfungsprozesse innerhalb der Medienbranche.



zurück. Das Produkt wird hierbei über eine Internetplattform mit der Web-to-Print-Applikation von MS-VisuCom vertrieben. „Ein Planungsgrundsatz für das Geschäftsmodell: Die Abwicklung muß zügig erfolgen, denn das Weihnachtsgeschäft ist schnelllebig. Daher haben wir uns für eine Web-to-Print-Lösung entschieden, die den Komplettprozeß steuern und verwalten kann, so daß die personalisierten Adventskalender auch spätestens nach fünf Werktagen beim Kunden eintreffen“, erläutert Jörg Denning.

Als nächstes schilderte Alexander Plättrich, WebToPrint Service Kompaktmedien GmbH, den Teilnehmern, wie es dem Diakonischen Werk Bayern gelungen ist, mit Hilfe von WebToPrint Service das CI einer dezentralen Organisation bis in die kleinste Einheit der Struktur zu transportieren, um einen konsistenten Auftritt gewährleisten zu können.

Marta Zak, Internet Manager Industrial Adhesives EMEA, Henkel KgaA, Düsseldorf, veranschaulichte anschließend, wie ein globales Publishing hochwertig gestalteter Marketingunterlagen bei Henkel realisiert wird. Das Unternehmen steuert das Marketing für ganz Europa zentral von Deutschland aus. So werden Design, Layout und Text in Düsseldorf erstellt und anschließend zu den einzelnen Offices in ganz Europa geschickt, damit die Dokumente länderspezifisch angepaßt werden können. Dies beinhaltet einen Prozeß, der zuvor bis zu zwölf Korrekturläufe benötigte. Mit der Web-to-Print-Lösung one2edit wurde der multilinguale Publikationsprozeß deutlich optimiert. „Eine Besonderheit ist der Texteditor, der um die Übersetzungssoftware across erweitert wurde. Da die Nomenklatur mit Fachbegriffen ständig wächst, ist der Standard der automatisierten Übersetzungen schon gut, ersetzt die Übersetzungsleistung der Mitarbeiter jedoch nicht restlos. Vollständig weggefallen sind bei uns durch die neue Applikation jedoch aufwendige Schulungen zur Nutzung der Web-to-Print-Lösung, da das Tool so logisch strukturiert ist, daß eine Telefonschulung von unter einer Stunde vollkommen ausreichend ist“, berichtete Marta Zak.

Ludger Lanwert, Prokurist, Staudt Lithographie GmbH, Bochum, schilderte den Teilnehmern, wie effizient und zielgerichtet die ibrighT-Applikation für



Alexander Plättrich skizziert die Web-to-Print-Applikation des Diakonischen Werk Bayerns.

den Deutschen Olympischen Sportbund (DOSB) eingesetzt werden konnte. Anlässlich der Initiative des Frauensporttages sollten die Mitgliedsvereine durch die webbasierte Anwendung individualisierbare Werbematerialien zur Gestaltung und Bestellung zur Verfügung gestellt bekommen. Wichtig war hierbei neben der Balance zwischen dem CI und einer individuellen Gestaltungsfreiheit für die Vereine insbesondere die laienfreundliche Bedienbarkeit. Nach einem ersten Testlauf zeigten sich rasch kleinere Parameter, die es noch zu verbessern galt. Letztendlich integrierte man in der Testphase noch einen Warnhinweis im Texteditor, der anzeigte, wie viel Raum noch zur Verfügung steht, und eine spätere Einführung des Warenkorb erleichterte das Handling der sich in Arbeit befindlichen Druckdokumente. Nach Ablauf der Testphase belegte eine Umfrage unter den teilnehmenden Vereinen, daß das Gros mit der zur Verfügung gestellten Applikation sehr zufrieden bis zufrieden war.

Marcel Neiber, novaconcept Schorsch GmbH, Kulmbach, beschrieb in seinem Vortrag, wie das Unternehmen auf Basis der Software iWay Prime von Pressense ein eigenes Web-to-Print-System entwickelt hat: „Das Softwaremodul iWay Prime bietet bereits gute Basisanwendungen, die wir anhand konkreter Kundenwünsche konsequent weiterentwickelt haben. Gemeinsam mit unserem Kunden MetallRente konnten wir eine Menge Erfahrungen sammeln, die nun auch in die Entwicklung weiterer webbasierter Druckprozesse anderer Kunden miteinfließen.“

Das Unternehmen Datev bietet seinen Mitgliedern neben Lohn- und

Finanzbuchführungen mit der Web-to-Print Applikation Datev E-Print umfassende themenorientierte Vertriebshilfsmittel an. „Viele unserer Mitglieder sind Einzelkanzleien, so daß in der täglichen Arbeit oftmals die Werbung zu kurz kommt. Daher ist der Bedarf groß, fertige Vertriebsmittel zu nutzen, bei denen sie selbstverständlich die Individualisierungen selbst vornehmen können, um den gewünschten Werbeeffect zu erzielen. Für Großkanzleien mit eigener CI bieten wir sogar die Möglichkeit, eigene Templates zu hinterlegen“, erläutert Bernd Schneiker, Marketingkommunikation Datev eG, Nürnberg.

Michael Brodschelm, Geschäftsführer, Medienservice Agentur Group GmbH, München, erzählte von der Suche nach einer Web-to-Print-Applikation, die an Kundenbedürfnisse anzupassen war und die internationale Katalogproduktion der Liebherr Haushaltsgeräte GmbH übernehmen sollte. Man entschied sich für die Implementierung von Pageflex, da diese Applikation nach den individuellen Wünschen konsequent weiterentwickelt werden konnte.

Reiner Blankenhorn, Leiter Herstellung und Informationsmanagement Langenscheidt, gab den Teilnehmern des Forums einen Einblick, wie man bei Langenscheidt die Katalogproduktion mit Hilfe einer systemgestützten Publishinglösung aus dem Hause ContentServ realisiert hat. Derzeit werden mit der webbasierten Benutzeroberfläche 10.000 Titel verwaltet. Ein besonderes Kriterium war für Langenscheidt die Mehrfachverwertung und -darstellung der Daten. „Einmal in das Web-to-Print-System eingespeist, können sie in beliebigen Ausgabeformaten wie z. B. Handy, PDF oder Webseiten Verwendung finden“, so Reiner Blankenhorn.



Reiner Blankenhorn veranschaulicht die Vorzüge der systemgestützten Katalogproduktion bei Langenscheidt.