

Zweites Web-to-Print-Forum: »Prozessverzahnung schaffen!«

EVENTS. Das zweite Web-to-Print-Forum zeigte stark anwenderbezogen auf, wie wichtig Prozessautomatisierung, durchorganisierte Vorstufen-Workflows und gute MIS-Anbindung für Web to Print sind. Bernd Zipper, mit Zipcon Mitveranstalter und zugleich Moderator des Forums, im DD-Interview.

DD: Mit 220 Teilnehmern war das zweite Forum genauso erfolgreich wie die erste Veranstaltung im Sommer. Warum ist das Thema Web to Print momentan so populär?

Bernd Zipper: Im Prinzip ist Web to Print erstmals eine geeignete Möglichkeit für die Druckindustrie, »virtuelle Geschäftsräume« zu eröffnen und Leistungen beziehungsweise Produkte online anbieten zu können. Für die einen ist es »nur« die Visitenkarte und der Briefbogen, für den anderen technische Handbücher, Beipackzettel für Arzneien, Verpackungen, Flyer, Bücher et cetera. Fast alle standardisierbaren Druckprodukte lassen sich via Web to Print erzeugen. Durch eine umfassende Automatisierung – von der Erzeugung der Druckvorlage bis hin zur Positionierung der Vorlage auf einem Druckbogen – lässt sich durch Web to Print jede Menge Kosten und Zeit einsparen. Dass solche komplexe Ansätze Fragen bei den potenziellen Anbietern, also Druckereien, Agenturen und Inhouse-Produzenten, aufwerfen, ist klar.

DD: Beschäftigte sich das erste Forum noch weitgehend mit den Grundlagen, wurden diesmal über 14 verschiedene Praxisanwendungen vorgestellt. Sind Trends erkennbar?

Zipper: Ganz klar: nein. Im Moment kann man von Trends noch nicht reden – es sind noch zu wenige Anwendungen im Markt, als



Bernd Zipper

das sich eine bestimmte Produktionsweise bzw. ein Produkt als marktdominierend herauskristallisiert. Spannend war jedoch zu sehen, wer alles mit Web-to-Print produziert. So hat zum Beispiel die SPD aus dem Bezirk Hannover im letzten Wahlkampf erfolgreich auf einer Web to Print-Anwendung des Druckdienstleisters BWH produziert. Christoph Mattereder, der dortige Veranstaltungschef, bewies eindrucksvoll, wie wichtig es für den Endkunden ist, nicht nur eine Web-to-Print-Anwendung zu nut-

zen, sondern auch am anderen Ende der Leitung Print-Know-how vorzufinden. Ferner hat er mit dem Vorurteil aufgeräumt, dass der »Endkunde« – also in diesem Fall der lokale Parteiakteur – nicht mit solchen Lösungen umgehen kann.

DD: Haben Sie ein weiteres Beispiel, das Sie als besonders wichtig einstufen?

Zipper: Interessant ist mit Sicherheit der Einsatz von I-Brams bei Quelle. Mit dieser Software arbeiten die lokalen Quellschops vor Ort – und dies dann wirklich CI-genau. Herr Lucas von der Schaufler Group in München hat dies erstmals öffentlich vorgestellt.

DD: Als Highlight kann auch der Vortrag von Dr. Rolf Darmstadt gewertet werden. Er ist ein klarer Verfechter der Kommunikations-Automatisierung. Wie stehen Sie dazu?

Zipper: Dr. Darmstadt hat mit dem System Brandmaker von PI-Consult seine »Alltagskommunikation« automatisiert. Telefoniert und gemailt wird bei der Commerzbank weiterhin, aber er hat in der Tat schon vermittelt, dass man durchaus Kommunikationsprozesse im Alltag automatisieren kann – ein Beispiel hier ist die Werbemittelproduktion der Commerzbank. Hier konnte durch die Automatisierung eine Menge Zeit und Geld eingespart werden.

DD: Wenn Sie ein Fazit der Veranstaltung ziehen – was war für Sie die Botschaft des zweiten Web-to-Print-Forums?

Zipper: Im Mittelpunkt steht immer noch die umfassende Automatisierung komplexer Prozesse in Verbindung mit einem perfekten Vorstufen-Workflow und einer guten MIS-Anbindung. Insofern ergänzt Web to Print hier JDF. Auch die Zunahme von ASP-Dienstleistungen ist zu beobachten; offenbar legen die deutschen Anwender die Scheu ab, auf externen Servern zu arbeiten – übrigens ein weltweiter Trend. Und: Web to Print ist dann besonders erfolgreich, wenn zwischen Endanwender und Anbieter, also Kunde und Drucker, eine Prozessverzahnung stattfindet. Hier



Dr. Rolf Darmstadt, Leiter der Öffentlichkeitsarbeit der Commerzbank AG: »Das Web-to-Print-Forum hat sich mit der zweiten Veranstaltung als hervorragende Kommunikationsplattform zwischen Anwendern und Anbietern von Web-to-Print-Lösungen erwiesen. Die vielen Beispiele helfen neuen Anwendern zu verstehen, welchen Platz automatisierte Kommunikationsprozesse in Zukunft einnehmen werden.«

müssen sich beide Partner ein wenig öffnen – profitieren durch diese neue geschaffene Prozessszenarien aber zu gleichen Teilen.

DD: Was bewegt BVDM und Zipcon, sich dieses Themas so umfassend anzunehmen?

Zipper: Web to Print wird die gesamte Publishing-Industrie auf den Kopf stellen – so unsere Meinung. Leider haben dies bis dato noch nicht viele Anwender verstanden. So ist es nur allzu verständlich, dass der BVDM als Branchenvertreter und Zipcon Consulting als Technologie- und Strategieberatung dieses Thema aufgreifen. Ich persönlich setze mich mit Web to Print schon seit Ende der 90er-Jahre auseinander – meine Erfahrungen und Erkenntnisse fließen auch in unsere kommende Studie über Web to Print ein. Was uns besonders freut ist, dass das Forum schon mit der zweiten Veranstaltung zu einer Art »Branchen-Institution« geworden ist.

DD: Wie geht es mit dem Web-to-Print-Forum weiter? Der nächste Termin für den 24./25. April 2007 steht ja bereits.

Zipper: Wir haben das Forum thematisch aufgeteilt. Im Frühjahr möchten wir die neuen Anwendungen verschiedener Hersteller präsentieren – stets im Hinblick auf technische und logistische Neuerungen. Im Herbst 2007 werden wir dann wieder die Anwendersicht beleuchten. **Michael Schüle**