

# Gründe für Web-to-Print: »Damit beseitigen wir das Chaos!«

Das zweite Web-to-Print-Forum hat sich als hervorragende Kommunikationsplattform zwischen Anwendern und Anbietern erwiesen

Das zweite Web-to-Print-Forum zeigt stark anwenderbezogen auf, wie wichtig Prozessautomatisierung, durchorganisierte Vorstufen-Workflows und gute MIS-Anbindung für Web-to-Print sind. Mit über 200 Teilnehmern, 14 Referenten und fast neun Stunden Programm stößt das Forum, veranstaltet von BVDM und Zipcon-Consulting, bei den Partnern und Teilnehmern auf regen Zuspruch. Wir stellen einige Anwendungen vor.

Beschäftigt sich das erste Web-to-Print-Forum im Frühjahr 2006 weitgehend mit den Grundlagen, präsentieren die Veranstalter diesmal über 14 verschiedene Praxisanwendungen.

**Die Grundlagen:** Zu Beginn stellt Mitveranstalter und Moderator Bernd Zipper in einem Rückblick auf das erste Forum die schnelle Entwicklung in diesem Sektor der Medienbranche dar. Zipper unterteilt die Software-Anwender in Stufen: von einfachen Web-to-Print-Anwendungen (WtP) über Anwendungen mit hohem Individualisierungsgrad und solche mit Serviceportal bis hin zu denen, die die komplette Abwicklung eines Druckauftrages per Internet ermöglichen. Dazu gehören die Anbindung von ERP-Systemen, integrierte Kampagnenwerkzeuge und die Steuerung der Logistik im Postpress-Bereich.

**Werbemittel online produziert:** Patrick Lucas, Geschäftsführer der Schaufler Group, München, stellt ein Paradebeispiel einer WtP-Anwendung vor. Mit Hilfe von iBrams, einem servergestützten Programm auf Basis Adobe Indesign CS2 Server, hat das Unternehmen für die Firma Quelle ein Werbemittelportal erstellt. Hauptproblem: Deutschlandweit waren 3.600 Quelle-Shops selbst für ihre Werbung zuständig, ein hoher Betreuungsaufwand für die Marketingzentrale. Lösung des Problems ist



**2. WtP-Forum: 14 Referenten und ein neunstündiges Programm.**

der Aufbau eines WtP-Portals, über das die Quelle-Shops alle nötigen Werbemittel zusammenstellen und anfordern können. Dazu gehören Anzeigen, für die das System nach der Gestaltung die aktuellen Anzeigenpreise der relevanten Zeitungen bereitstellt. Mit iBrams erwirbt die Schaufler Group ein Produkt, dessen offene Struktur es erlaubt, weitere Dienstleister wie Übersetzer oder Agenturen in den Prozess einzubinden.

**Flyer-Ex im Verlagsbereich:** Dass Web-to-Print nicht nur eine Technologie für größere Organisationen und Unternehmen ist, demonstriert Andreas Gruner von Gruner Druck, Erlangen. Mit 13 Arbeitskräften ist die Druckerei Anwender der WtP-Lösung Flyer-Ex und spezialisiert auf Kleinauflagen. Aufgabe war, einen Onlineservice für wiederkehrende Aufträge einzurichten, ein Kundenbindungswerkzeug mit Mehrwert bei komplexen Produkten, zum Beispiel Büchern. Zudem sollte das System Aufgaben von Bestellung bis Druckvorstufe übernehmen. Das Projekt entwickelte man gemeinsam mit der Firma Buch Bücher DD AG auf Basis von Flyer-Ex. Das Online-Proof-Modul ist seit 2005 erprobt, der Online-Kalkulator wird überarbeitet. Ein Mo-

dul für Serierendruck und automatisches Layouten komplexer Seiteninhalte, der »Online Layoutoptimizer«, ist auch in Probe. Der Layoutoptimizer koppelt dabei Standardlayouts für technische Handbücher, Gebrauchsanweisungen oder andere Buchinhalte mit Content-Management-Systemen.

**Brandmanagement de Luxe:** Dr. Rolf Darmstadt beginnt den Vortrag provokant: »Warum machen wir Web-to-Print? Um Chaos zu beseitigen!« Die Commerzbank betreibt 800 Filialen in 75 Ländern. 20 regionale »Referate Kommunikation« betreuen die Filialen. Hier eine reibungslose, dezentrale Kommunikation bei voller Kontrolle über das CD zu gewährleisten war Ziel von WtP. Das neue System namens »Comedia« soll dabei sämtliche Kommunikationsstrukturen verbessern und standardisieren. Heute produziert die Commerzbank über das auf Brandmarker basierende System Anzeigen, Flyer, Plakate, Visitenkarten und anderes. Es gibt einen zentralen Medienpool, einen Marketingplaner, ausgefeiltes Budgetmanagement, Veranstaltungsmanagement, eine Textdatenbank und Dienstleisterverwaltung. Weitere Vorteile sieht Dr. Darmstadt beim Einkauf, da man hier durch Rahmenverträge Geld spart. Insgesamt ist es jedoch nicht trivial, dies alles konzernweit durchzusetzen.

**Fazit:** Für den 24. und 25. April 2007 planen der BVDM und Zipcon-Consulting bereits die nächste Veranstaltung. Infos: [www.web-to-print-forum.de](http://www.web-to-print-forum.de) ◀