

Web-to-print: Vorteile werden immer greifbarer

Einsparungen „in beträchtlicher Höhe“ und „Steigerung der Reaktionsgeschwindigkeit beim Produzieren von Printmedien“ bei gleichzeitiger „signifikanter Verringerung der Fehlerquote“ – mit diesen drei handfesten Vorteilen empfiehlt Bernd Zipper (Zipcon Consulting, Essen), Mitorganisator und Moderator des vom Bundesverband Druck und Medien nunmehr zum sechsten Male durchgeführten „web-to-print-Forum“ allen Unternehmen die „absolut angesagte Form, Medienproduktions- und Kommunikationsprozesse optimal zu steuern“. Gerade dort, wo immer wieder gleiche oder ähnliche, strukturiert aufgebaute Printmedien produziert werden müssen, „lassen sich Vorteile erzielen, die einem epochalen Durchbruch gleich kommen“.

Web-to-print ist ein genereller Begriff für eine immense Vielzahl von Lösungen, die organisatorisch-administrativen Vorgänge mit den technischen Workflows der (Print- und Multi-) Medienerstellung zu kombinieren und dabei an die jeweiligen existenten ERP-, MIS- oder Office-Systeme anzuschließen. Das Motto: „Kein Handgriff doppelt oder wiederholt, alles was Routine ist, wird automatisiert“. Der Clou ist die Quadratur des Kreises: „Weil netz- und computerbasierte Automatismen eingesetzt werden, wird auch die Qualitätskontrolle umgehungsfrei implementiert. Mit der Folge, dass unliebsame Überraschungen drastisch miniert werden – im übrigen auch bei den Produktionskosten“ resümiert Bernd Zipper, der als Berater und Fachautor im deutschsprachigen Raum als höchste Kompetenz auf diesem Gebiet gilt.

Kern der verschiedenen Web-to-print-Lösungen (w2p), die von Shop-Systemen bis zu subtil angepassten Workflows für spezifische Aufgabenstellungen reichen, ist die Kombination von IT und Grafik-Software (Prepress, Desktop Publishing). Mittels Standardwerkzeugen oder individueller Programmierung werden dabei Funktionen der grafischen Generierungs- und Editierprogramme mit Eingabemasken und Funktions-Panels auf Bildschirmen verbunden. Damit wiederum können Mitarbeiter, die keinerlei Kenntnis mehr von den „Geheimnissen“ der (Print-)Medienproduktion haben müssen, Drucksachen abrufen, mit eigenen, angepassten Texten und Bildern verändern bzw. speziell konfigurieren, die Kosten oder andere Auftragswerte ermitteln und per simplem Knopfdruck den Bestellvorgang auslösen.

Die Palette der zahlreichen auf dem Markt angebotenen, erprobten und gesicherten Systeme reicht dabei von regelrechten Print-Katalogen bis zu hochwertigen Gestaltungsfunktionen, die in Standard-Browsern abruf- und bedienbar sind. Der Grad der Komplexität wird dabei zwischen Kunden (Printbuyer) und Dienstleister (Medienproduzent) vereinbart und programmiert bzw. ist bei den verschiedenen Standardlösungen am Markt angepasst different kaufbar. Inzwischen gibt es zahlreiche so genannte ASP-Lösungen; das heisst, jeder, der will, kann sich bei einem solchen Anbieter eine Lösung mieten, muss „null programmieren, höchstens die Grafik und das Aussehen anpassen und seine Produkte oder Dienstleistungen einstellen und kann auf der Stelle zu teilweise überraschend moderaten Kosten loslegen“, so Bernd Zipper. Sein Unternehmen, die Zipcon Con-

sulting GmbH in Essen, wird in Kürze die umfangreichste Marktstudie aller am Markt befindlichen Lösungen samt konkretem Rating vorstellen.

Solche w2p-Systeme können sowohl bei den Drucksachenbestellern oder deren Agenturen installiert werden, um (auch weltweit) mit beliebigen Druckereien zusammenzuarbeiten. Oder bei Druck- und Mediendienstleistern, die diese Shop- und via-Web-Produktionssysteme ausgewählten Kunden oder dem gesamten Markt anbieten. „Nichts, was nicht mehr kombinierbar und individualisierbar wäre“, sagt Bernd Zipper, der intensiv auf die Rationalisierung im administrativen Bereich aufmerksam macht. „Die Anbindung an kaufmännische oder Planungssysteme ist gewissermaßen Pflicht, damit der Rationalisierungseffekt voll durchschlägt.“

Längst haben übrigens schon Consumermärkte extrem positiv auf solche Webshop-Angebote zur Drucksachenbestellung reagiert, sowohl für den privaten Bereich (z. B. Fotobücher, Vereins- und Familiendrucksachen). Viele vor allem internationale Marken- und Handelsunternehmen nutzen diese Automatisierungen für ihre eigenen Kampagnen, oder um sie auch Händlern und Handelspartnern zugänglich zu machen. „Die Gefahr des Missbrauchs ist denkbar gering, da alle Zugänge über strenge Regeln und Rechte kontrolliert und vor allem protokolliert werden“, weiß Bernd Zipper aus der Praxis.

Sowohl Druckereien wie Werbetreibenden oder Unternehmen mit regelmäßigem (Printmedien-) Informations- und Dokumentationsbedarf, die sich nicht der Web-to-Print-Lösungen bedienen, „sind binnen kurzem nicht mehr auf der Höhe der Zeit. Denn die Druckindustrie holt nur nach, was in anderen Bereichen der Industrie längst völlig normaler Standard ist.“

Das nächste Web-to-Print Forum findet Anfang November 2009 wiederum im ZDF-Konferenzzentrum Mainz-Lerchenberg statt.

Informationen: www.beyond-print.de, www.print-media-forum.de