

EIN WEITES FELD

Web-to-Print ist ein schwammiger Begriff. Erfahren Sie im Folgenden, was sich dahinter in Theorie und Praxis verbirgt.

Gibt man bei einer allseits bekannten Suchmaschine den Begriff „Web-to-Print“ ein, ist der erste Eintrag von circa 345 Millionen ein Artikel in einer ebenfalls allseits bekannten Online-Enzyklopädie, der mit den Worten beginnt: „Die Artikel Web-to-Print, Remote Publishing und Onlinedruck überschneiden sich thematisch.“ Erstens deutet die Anzahl der Treffer darauf hin, wie wichtig das Web bei der Abwicklung von Druckaufträgen geworden ist. Und zweitens zeigt nichts besser die Verwirrung um die verschiedenen Begriffe, die rund um das Thema Druckauftrag via Internet entstanden sind.

Um die einzelnen Begriffe besser voneinander abzugrenzen, definieren Zipcon Consulting (siehe Kasten) und der Bundesverband Druck und Medien Web-to-Print als „servergestützte Online-Erzeugung von individuellen Druckdokumenten unter Einbeziehung der notwendigen kaufmännischen Prozesse.“ Das Web-to-Print-Verfahren in dieser Definition hat also zwei Merkmale: Zum einen kann der Kunde online die Druck-

sachen nach Vorlagen erstellen, und zwar im Browser ohne ein professionelles Layout-Programm. Auf dem Schirm sieht er das fertige Produkt. Zum anderen läuft bei der Online-Bestellung der gesamte kaufmännische Prozess, zum Beispiel Bestellung, Erstellen von Lieferunterlagen und Bezahlung, automatisch mit. Diese Definition grenzt den sehr allgemeinen Begriff ein, der in seiner reinen Semantik ein weitaus größeres Feld umfasst. Denn – wörtlich übersetzt – „Druck aus dem oder

vom Netz“ muss nicht immer Web-to-Print in diesem engen Sinn sein.

Klar ist, dass das Internet neue Geschäftsmöglichkeiten auch für Druckdienstleister eröffnet hat. Hier sind die verschiedenen Geschäftsmodelle vielfältig und komplex, je nachdem, wie umfangreich der Online-Service gestaltet ist (siehe Grafik). Die Übergänge sind oft fließend, was dazu beigetragen hat, dass bei den Begriffen wenig Einigkeit herrscht. Druckdienstleister, die einen Internetshop betreiben, aber keine Online-Erstellung von Druckvorlagen anbieten, verstehen sich häufig dennoch als Web-to-Print-Anbieter (siehe auch Artikel S. 30).



Dieses stark vereinfachte Schema zeigt die Möglichkeiten einer Internetnutzung durch Druckdienstleister. Je standardisierter und modularisierter der Ablauf, desto einfacher ist die Einbindung der kaufmännischen Prozesse.

Laut Bernd Zipper von Zipcon Consulting habe zwar ein Web-to-Print-Angebot in diesem weiteren Sinn Produktionsvorteile gegenüber einem klassischen Druckverfahren, das ohne Web-Standards arbeitet; „Web-to-Print [im Sinne von Zipcon] geht jedoch einen wesentlichen Schritt weiter.“ Dadurch dass die kaufmännischen Prozesse im Hintergrund mitlau-

fen, ist der Gesamtvorgang erheblich flexibler und kundenfreundlicher.

Die Benutzer können jederzeit auf ihre erstellten Vorlagen zugreifen und sie bearbeiten. Die ständige Verfügbarkeit im Internet vergrößert den potenziellen Kundenkreis; und die Straffung des Arbeitsprozesses spart Zeit und Geld, vor allem in der Druckvorstufe. Das heißt aber nicht, dass jeder Druckdienstleister schnellstmöglich auf Web-to-Print umstellen sollte. „Eine gründliche Marktanalyse und eine ehrliche Beurteilung der Umsatzprognosen sind von zentraler Bedeutung bei der Entscheidung“, betont Christoph Sahner, Unternehmensberater für Kommunikation und Strategie. Gerade in spezialisierten Bereichen wie Large Format Printing sind spezielle Anfertigungen üblich. Dagegen „erfordert Web-to-Print eine Standardisierung im Angebot und in der Produktion. Genau das kann den Anforderungen der Kunden widersprechen, wenn die Angebote nicht durch Preis, schnelle Abwicklung und hohe Qualität gewisse Einschränkungen in der Abwicklung individueller Wünsche ausgleichen können.“

SOFTWARE GESUCHT

Hinzu kommt, dass der Markt für Softwareanwendungen, die Web-to-Print-Lösungen anbieten, in den vergangenen Jahren rasch gewachsen und genauso rasch unübersichtlich geworden ist. Somit fällt die Wahl für das passende Produkt oft schwer. Ein Anbieter ist Color Alliance mit dem Geschäftsbereich der Software CA Web2Print, die einen automati-

ZIPCON CONSULTING

Das Unternehmen Zipcon Consulting ist als Strategie- und Technologieberater in der Druckbranche tätig. Bernd Zipper, der geschäftsführende Inhaber, ist seit Mitte der Neunzigerjahre im Bereich Web-to-Print aktiv. Er ist Vorstand der „Interessensgemeinschaft zur Förderung des freien Wettbewerbs Web-to-Print“ und veranstaltet mit seiner Firma das Web-to-Print-Forum, das am dritten und vierten November 2009 in die siebte Runde ging.

zipcon.de; ig-web-to-print.de; web-to-print-forum.de

schen Workflow des gesamten Druckvorgangs ermöglicht. Stefanie Wendland, Leiterin Marketing und Kommunikation, stellt die Vorteile auch für kleinere Druckdienstleister heraus: „Die vom Kunden gelieferten Druckdaten, häufig aus MS Office-Programmen erzeugt, machen im Rip oder im Druck Probleme.“ Mit Web2Print sei die Datei immer kompatibel.

Softwareanwendungen für Web-to-Print agieren also häufig als Schnittstelle zwischen Kunde und Drucker. „Das CA W2P ist

MARKENPFLEGE UND CI

Web-to-Print im engeren Sinn spielt auch hier eine wichtige Rolle – aber vor allem bezogen auf die Gestaltung von Drucksachen. Große Firmen zum Beispiel, die eine Corporate Identity wahren wollen, profitieren von solchen Web-to-Print-Lösungen, da sie Standards festlegen können, was lokale Händler verändern dürfen, bevor die Daten in Druck gehen.

gebote. Zum Beispiel weiß Bernd Zipper: „Der B2C-Bereich ist naturgemäß stärker durch Massengeschäft mit niedrigeren Margen geprägt.“ Oft ist hier ein breites

Sortiment über einen Onlineshop, hat sich aber gegen ein Web-to-Print-Angebot im engeren Sinn entschieden; stattdessen lädt der Kunde die komplett fertige Druckdatei hoch, zum Beispiel im PDF-Format. „Flyeralarm ist zum einen Web-to-Print-Anbieter im weiteren Sinn – wir vermarkten Printprodukte über unseren Onlineshop“, erläutert Geschäftsführer Thorsten Fischer. „Da die Mehrzahl unserer Kunden aus dem B2B-Bereich stammt und in der Regel eng mit Grafikern oder Agenturen zusammenarbeitet, haben wir auf fertige Templates im Shop verzichtet. Zum anderen erstellen wir für unsere Kunden aber auch individuelle Layouts in unseren Servicecentern vor Ort.“

Das weite Feld Web-to-Print wirkt oft wie ein Dschungel, dennoch ist es sinnvoll, sich damit auseinanderzusetzen, egal ob man dafür oder dagegen ist. Denn eins ist sicher: Web-to-Print ist nicht nur eine Mode, und vielleicht stellt es für den einen oder anderen eine sinnvolle Ergänzung seines Angebots dar.

Balthasar Mayer

printplanet.de; flyeralarm.de;
ca-web2print.com



Der grafische Editor von CA W2P ist einfach zu bedienen.

das Bindeglied, da es die schnelle und einfache Eingabe eines Druckjobs auch für Nicht-Profis ermöglicht, auf der anderen Seite aber auch die schnelle und akkurate Umsetzung auf Seiten der Digitaldruck-Unternehmen garantiert“, sagt Stefanie Wendland.

VIELE WEGE FÜHREN ZUM KUNDEN

Wie sieht es in der Praxis bei anderen Online-Angeboten durch Druckereien aus? Die Art der Kunden bestimmt häufig das An-

Angebot an Produkten zu finden wie bei Printplanet: Seit 2001 bietet die Tochter von Digital Print einen Web-to-Print-Service für Privatkunden an, seit 2002 auch für Businesskunden. Auch klassische Artikel aus der Werbetechnik wie Großformatdrucke befinden sich seit Mitte 2009 im Portfolio. „Speziell die hochwertigeren Produkte wie zum Beispiel Acrylglas-Fotoplatten kommen toll an“, sagt Geschäftsführer Wilhelm Alexander Soll.

Auch flyeralarm ist im Internet präsent: Die Druckerei aus Würz-

Drucken Sie doch was Sie WOLLEN!

Mit der Jetrix 3050 RQ.
Bis zu 152 x 305 cm.
Mit 1200 x 1200 dpi.

Lack/Primer und Weiss.
Auf fast alle Materialien, z.B.:
Holz, Glas,
Kunststoffe, Metall, Vinyl,
Karton, Papier usw.
bis 100 mm Stärke.



Vertrieb & Service
Laminatoren
Schneideplotter
InkJet-Plotter
Harzband-Plotter
Lösemittel-Plotter
UV-Drucker
Textildrucker
Flachbettdrucker
Spezialmaschinenbau
Verbrauchsmaterialien &
Zubehör
Reparaturen

Kirschfeldstraße 17/1
D-74629 Pfedelbach
Tel. 0 79 41 / 64 74 99 - 0
Fax 0 79 41 / 64 74 99 - 1

Internet:
www.outdoor-cp.de
Email:
info@outdoor-cp.de