

# RIESENPOTENZIAL

Jede Menge Ansatzpunkte für mehr Effizienz!  
Das Internet als Schnittstelle und Basismedium für schlanke Prozesse

# OnPrint

# 10107

Onlinebasierte Prozessoptimierung für Marketing & Print

## ■ Unsere Nachbarn machen es uns vor

Unabhängiges Printmanagement

## ■ Online-Auktionen

Neue Einsparpotenziale im Produktionsbereich

## ■ Datenmanagement im Unternehmen

10 typische Probleme im Marketing

## ■ Cross Media Publishing

Upgrade für die Unternehmenskommunikation

# Bewährtes Erfolgsrezept: Expertenwissen nutzen

Das Internet hat die Welt der Kommunikation revolutioniert und in besonderem Maße auch die Produktionsabläufe im Bereich Print.



**D**ennoch haben die Bedeutung und das Volumen von Printmedien durch die Etablierung des Internet unter dem Strich nicht gelitten. Unverändert sind gedruckte Medien heute das Rückgrat der Marketing-Kommunikation und auch künftig ist Print aus dem multimedialen Kommunikationsmix nicht wegzudenken. Für dreidimensionale Werbemittel, vom POS-Display bis zur Promotionzugabe, gibt es ohnehin keinen virtuellen Ersatz.

Allerdings gelten für zentrale Parameter der Print- und Werbemittelproduktion wie „Effizienz“, „Geschwindigkeit“ und „Kosten“ heute gänzlich andere Vorgaben als noch vor wenigen Jahren. Der Effizienzdruck hat sich für alle Marktteilnehmer deutlich erhöht. Nur Unternehmen, die das rasante Tempo der Entwicklung mitgehen und technologische Innovationen aktiv nutzen, können ihr Rationalisierungspotenzial wirklich ausschöpfen. Ob im Marketing oder in der Einkaufsabteilung: Den Schlüssel hierzu liefert – wiederum – das Internet. Als Infomedium für „printaffine“ Unternehmen aller Branchen will OnPrint 3- bis 4-mal jährlich aktuelle Trends und innovative webbasierte Anwendungen im Umfeld moderner Printproduktion beleuchten. Anspruch und Ziel ist hierbei, nicht technische Details in den Vordergrund zu stellen, sondern Chancen, Nutzen und Synergieeffekte von Web & Print im Marketing-Alltag.

Hinter OnPrint steht die Kooperationsidee zweier Unternehmen, welche die gesamte Wertschöpfungskette im Printsektor abdecken und das Internet als strategisches Werkzeug für mehr Effizienz im Marketing nutzbar machen. Der Farbcode des OnPrint-Layouts ermöglicht Ihnen, die Inhaltsthemen auf einen Blick dem jeweiligen Spezialisten zuzuordnen. Für Fragen, Anregungen oder Interesse an weiteren Details zu einzelnen Themen sei Ihnen im Voraus gedankt. Die Ansprechpartner finden Sie im Impressum.

*OnPrint wünscht Ihnen eine interessante Lektüre!*

# Die Wertschöpfungskette im Bereich Print & Produktion:

# Jede Menge Ansatzpunkte für mehr Effizienz!

## Das Internet als Schnittstelle und Basismedium für schlanke Prozesse

Der Weg von der Bedarfsdefinierung über die Idee bis zur Realisation eines Werbemittels ist lang. Selbst kleine Projekte im Bereich der Marketing-Kommunikation erfordern eine Vielzahl von Einzelschritten und Abstimmungsphasen. Neben den unternehmensinternen Akteuren sind, früher oder später, auch externe Dienstleistungspartner involviert – von der betreuenden Agentur über DTP-Studios und Druckereien oder Displayhersteller bis zu Lettershop- und Logistik-Dienstleistern.

Bezeichnend für die Komplexität des Prozesses: In jeder Phase können Einzelfehler dazu führen, dass das Endergebnis der gesamten Leistungskette die qualitativen oder terminlichen Zielvorgaben verfehlt oder den Budgetrahmen sprengt. Der spezifische Nachteil der traditionellen Printprozess-Steuerung: Jede einzelne Produktionsstufe und jeder weitere eingebundene Dienstleister ist mit einem erheblichen Handling- und Kontrollaufwand verbunden, beinhaltet Reibungspunkte und mögliche Fehlerquellen.

Genau hier liegt deshalb der Ansatz zu einer Prozessoptimierung via Internet: Innovative webbasierte Software- und Anwendungslösungen bieten die Möglichkeit, die Zahl der Schnittstellen zu reduzieren und damit die Prozesskette insgesamt zu verkürzen. So können die Arbeitsabläufe vereinfacht, beschleunigt und im Produktionsbereich größtmögliche Transparenz hergestellt werden. Resultat für das Unternehmen: Deutliche Kostenersparnisse und ein spürbarer Zeitgewinn.

**Fazit:** In der ganzheitlichen Betrachtung umfasst die Wertschöpfungskette im Bereich Print & Produktion den gesamten Produktionsprozess, der im Unternehmen des Auftraggebers beginnt und mit dem Werbemittelseinsatz endet. Wo Sie in der Praxis den Hebel ansetzen können, um die vielfältigen Optimierungspotenziale in diesem Zyklus für Ihr Unternehmen zu nutzen, will OnPrint Ausgabe für Ausgabe vermitteln.



# 10 typische Probleme im Marketing-Alltag

## Prozessoptimierung im unternehmensinternen Datenmanagement: So dokumentiert sich der Bedarf

**E**ine Kehrseite unserer digital beschleunigten Arbeitswelt: Die Datenmenge in Unternehmen steigt unaufhörlich. Begünstigt wird die ungehemmte Datenflut durch gewachsene arbeitsteilige Strukturen, wie sie kennzeichnend für den Arbeitsalltag der meisten Unternehmen sind. So greifen Produktmanagement, Marketing, Vertrieb und Geschäftsleitung auf verschiedene Datenquellen zu und jede Abteilung pflegt ihre „Dateninsel“ gemäß dem eigenen Bedarf. Da eine konsistente Aktualisierung bestehender Dateien und Medien fehlt, muss bei jedem Projekt wertvolle Zeit für die mühselige Suche nach den aktuellsten Daten aufgewandt werden. Im Umkehrschluss bedeutet dies: Hier liegt ein enormes Potenzial, die Arbeitsabläufe zu optimieren und damit mehr Zeit für Aufgaben des strategischen Marketing zu gewinnen.

Eine praxiserprobte Lösung bietet beispielsweise eine zentrale Produktdatenbank, auch Product Information Management (PIM) genannt. Das System verwaltet sämtliche Produktdaten auf einer einzigen Plattform und erlaubt per Webbrowser und mit Hilfe von Suchfunktionen den schnellen Zugriff auf die benötigten Informationen.

Ein wesentlicher Vorteil liegt hierbei in der gesicherten Datenaktualität. Nimmt etwa der Produktmanager Änderungen an einem hinterlegten Produktdatenblatt vor, stellt das PIM-System allen Nutzern automatisch die aktuelle Version zur Verfügung. Selbstverständlich können bei den modernen Systemen Zugriffsrechte für jeden Nutzer präzise definiert werden. Somit ist gewährleistet, dass Änderungen an den Daten nur von autorisierter Stelle vorgenommen werden können und vertrauliche Daten geschützt bleiben. Da alle Änderungsversionen im System nachvollziehbar bleiben, gewinnt der zentral gesteuerte Informationsfluss zugleich an Transparenz.

Die elektronisch verfügbaren Produktinformationen können zudem zur software-gestützten Produktion von Printpublikationen verwendet werden, da sich in einem teil- bis vollautomatischen Prozess mühelos druckfertige Dokumente erstellen lassen. Hierdurch eröffnet das zentrale unternehmensinterne Datenmanagement den Einstieg in die Welt des sogenannten „Cross Media Publishing“. Welche Vorteile dieser Anwendungsbereich – neben hohen Kosteneinsparungen – für die Marketing-Kommunikation bietet, lesen Sie in der Fortsetzung auf Seite 6.

- 01 Viele verschiedene Speicherorte und Datenquellen**  
„...ich muss Texte und Bilder im ganzen Unternehmen suchen.“
- 02 Hohe interne und/oder externe Kosten**  
„...die Erstellung ist bei uns mit tage- und wochenlangem Copy & Paste verbunden.“
- 03 Erstellungsprozess dauert zu lange**  
„Wir müssen bereits sechs Monate vor der Messe mit der Katalogerstellung beginnen.“
- 04 Zeitaufwendiges Übersetzungsmanagement**  
„Bis wir die Informationen in acht Sprachen übersetzt und freigegeben haben, vergehen Monate.“
- 05 Keine CI-konforme Darstellung**  
„In vielen Ländern kann von CI-Einhaltung leider überhaupt keine Rede sein.“
- 06 Fehlende Transparenz und Kontrolle**  
„Es funktioniert, weil wir eingespielt sind, aber von echter Übersicht sind wir weit entfernt.“
- 07 Hohe Fehlerquote**  
„Wir haben derzeit definitiv zu viele Fehler in unseren Katalogen und Preislisten.“
- 08 Individualisierung der Marketingmaterialien**  
„Wir müssen unsere verschiedenen Märkte inhaltlich individueller ansprechen.“
- 09 Hoher Aufwand für Projektmanagement und Korrekturläufe**  
„...allein mit der Koordination ist eine Person voll beschäftigt.“
- 10 Nachpflegen nach Druckfreigabe**  
„Leider entdecken wir auch nach der Druckfreigabe immer wieder noch Fehler.“

## Einen Schritt voraus:

# Unsere Nachbarn machen es uns vor

Die Produktion hochwertiger Printprodukte und Werbeartikel ist seit jeher eine anspruchsvolle Aufgabe für Spezialisten. Durch die rasche Entwicklung der Produktionstechnologie und die Globalisierung der Einkaufs- und Beschaffungsmärkte gilt dies heute umso mehr.

Im benachbarten Ausland hat sich deshalb schon seit Jahren eine Arbeitsweise etabliert, die allen Beteiligten nachhaltige Vorteile bringt. Werbe- und Kommunikationsagenturen konzentrieren sich in der Betreuung ihrer Kunden auf ihre Kernkompetenzen Konzeption, Beratung, Creation und übergeben die Layoutdaten an externe Printspezialisten, die alle nachfolgenden Schritte selbständig abwickeln – von der Druckvorlagenerstellung über die Projektsteuerung bis zur Lieferlogistik.

Vorteile für die Agenturen: Sie müssen nicht mehr in die Ausbildung von Produktionsern investieren und sich um die Auslastung einer haus-eigenen Produktionsabteilung kümmern. Stattdessen legen sie die Verantwortung für die Printproduktion und somit das Risiko in kompetente Hände. Vorteile für die auftraggebenden Unternehmen: Der Einkauf wird von Steuerungsaufgaben entlastet, die professionelle Verwaltung und Archivierung der Daten liegt – extern – in einer Hand. Im Falle gewünschter Adaptionen oder Nachproduktionen fällt im Unternehmen kein Handlingaufwand mehr an, von der Auftragserteilung abgesehen. Darüber hinaus bietet die Produktion über Printspezialisten deutliche Preisvorteile, da diese hohe Einkaufsvolumina bündeln und daher günstiger einkaufen können.



## Professionelles, unabhängiges Printmanagement jetzt auch in Deutschland

Mit dem Ziel, dieses arbeitsteilige Prinzip auch im deutschen Markt zu etablieren, hat sich bereits 1997 die BRANDS & FRIENDS GmbH gegründet. Fester Bestandteil des Unternehmenskonzeptes: Ein standortunabhängiges Leistungsangebot mit internationalem Einkaufs- und Beschaffungsradius. Um zeitgemäßes Printmanagement neu zu definieren, sollten zudem die Möglichkeiten des Internet konsequent zur Effizienzsteigerung eingebunden werden. Resultat dieser Zielvorgaben war der Auf- und Ausbau des Online-Portals [www.baf-printmanagement.de](http://www.baf-printmanagement.de). Dieses bietet heute, nach einfacher Registrierung, Zugang zu einem Pool zertifizierter Lieferanten, der über 180 Dienstleister aller Branchen aus 13 Ländern umfasst. Somit bietet sich die Nutzung des Portals nicht nur für Standard-Printproduktionen, sondern auch für Sonderwerbeformen und individuelle Werbeartikelproduktionen an. Je nach Auftragsvolumen sind „reguläre“ Projektausschreibungen möglich oder Online-Auktionen – im Printbereich eine echte Novität. Dank Outlook-Anbindung erlaubt das Printportal eine reibungslose und durchgängig transparente Projektsteuerung. Den personellen Backbone dieses webgestützten Printmanagements bildet ein siebenköpfiges Spezialistenteam mit langjähriger Einkaufs- und Produktionserfahrung. Zur professionellen Qualitätssicherung gehören Vor-Ort-Repräsentanten, z.B. in Osteuropa und Fernost.

Weitere Informationen erhalten Sie gerne von BRANDS & FRIENDS.

# Beim nächsten Katalog wird alles anders

## Vom zentralen Datenmanagement zum Cross Media Publishing

### Upgrade für effiziente Marketingkommunikation

**M**it der zentralen Datensammlung und -pflege und der Verfügbarkeit stets aktueller Daten sind die Vorteile einer Online-Datenbank für die Arbeitsprozesse im Unternehmen längst nicht ausgeschöpft: Vorhandene Datenbestände, zum Beispiel Artikel-Stammdaten, Bild- und Textdateien sowie produktspezifische Informationen lassen sich in das System nahtlos integrieren. Auch die Einbindung externer Dienstleister und Marketing-Partner bzw. Agenturen mit individuell definierten Zugriffsrechten trägt dazu bei, aufwendige Abstimmungsprozesse zu verkürzen.

Unter Cross Media Publishing (CMP) lassen sich alle Möglichkeiten zusammenfassen, die sich aus der „medienneutralen“ Verwaltung der Daten ergeben: Die Inhalte sind in einer zentralen Datenbank gespeichert und strikt getrennt von der optischen Gestaltung in der Medienausgabe. Aus diesem Grund können die Informationen in verschiedenste Medienkanäle ausgegeben werden. So werden die Inhalte automatisiert in das gewünschte Medium übernommen – ganz gleich,

ob es sich dabei um Kataloge, Preislisten, Dokumentationen oder den Internetauftritt handelt. In den verschiedenen Ausgabekanälen lassen sich vorgegebene Layouts hinterlegen, so dass die dynamisch erzeugten Dokumente auch ohne Fachkenntnisse in Satz und Layout automatisch dem Corporate Design entsprechen. Übersetzungen, selbst in Sprachen mit komplexen Zeichensätzen, lassen sich Kosten und Zeit sparend in die Web-Plattform einbinden. Dies stellt sicher, dass auch die für Auslandsmärkte bzw. von Niederlassungen im Ausland erstellten Dokumente die Gestaltungsrichtlinien einhalten.

Als Tool für ein Medien übergreifend einheitliches Erscheinungsbild bietet sich Cross Media Publishing für alle standardisierten Kommunikationsmittel und Drucksachen/Periodika an, wie zum Beispiel Geschäftsdrucksachen, technische Dokumentationen, Präsentationen, Webshops, Internet/ Extranet, Produktkataloge, Newsletter, Bedienungsanleitungen.

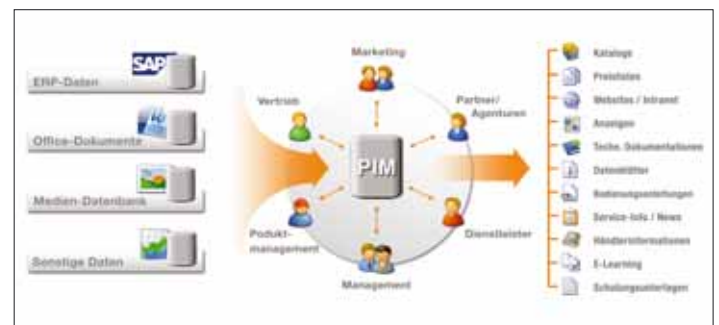
Die erfolgreiche Implementierung von Cross Media Publishing beinhaltet, dass alle Prozessabläufe im Unternehmen sorgfältig analysiert werden, damit die Softwarelösung optimal an die Unternehmensrealität und die Geschäftsprozesse angepasst werden kann.

Für welche Unternehmen lohnt sich Cross Media Publishing? Grundsätzlich gilt, dass der Nutzen umso höher ist, je mehr Medien, Publikationen, Sprachen und Produkte davon betroffen sind. Eine exponentielle Steigerung der Optimierungschancen ist zudem möglich, wenn gleiche Inhalte mehrfach genutzt werden.

Weitergehende Informationen erhalten Sie gern von **MOSAIQ-MEDIA**.

#### Der Nutzen von Cross Media Publishing auf einen Blick:

- Kostenreduktion von bis zu 80 % im Publishing-Prozess durch Mehrfachnutzung von Inhalten für Print, Online, CD-ROM etc.
- Vermeidung von Doppelarbeiten und Redundanzen für Texter, Grafiker und Medienmanager
- Automatisierung von vielen Arbeitsschritten und automatische Vorbereitung des Layouts
- Verzicht auf teure Experten durch automatische medienspezifische Aufbereitung und Publikation via Webbrowser
- Erhöhung der Aktualität und der Qualität der Außenkommunikation durch zeitnahe und zentrale Übernahme der Veränderungen an Inhalten
- Strukturierte Prozesse durch umfassendes Versions-, Rechte- und Workflowmanagement
- Zentrale Datenspeicherung und -sicherung
- Weltweite Einhaltung der CI-Richtlinien
- Keine aufwendige Installation und Wartung von teuren DTP- oder Grafikprogrammen auf dem Computer des Anwenders (Standard-Internetbrowser ist ausreichend)



**Cross Media Publishing:** Die Grafik zeigt den Prozess von der Datenhaltung (links) bis zur Ausgabe in verschiedene Medien (rechts). Als webbasierte Informationsplattform dient die zentrale Produktdatenbank (PIM), auf die alle Beteiligten zugreifen können.

# Live dabei: Online-Auktionen

## Neue Einsparpotenziale im Produktionsbereich durch ein innovatives Online-Tool

Es gibt sie schon in vielen Bereichen und nun auch für professionelle Produktionsdienstleistungen: Online-Auktionen. Im Prinzip funktionieren sie wie eine Versteigerung – nur rückwärts: Der günstigste Anbieter erhält den Produktionsauftrag.

### Der schrittweise Ablauf:

1. Gemäß Kundenanfrage wird eine präzise Anfrage mit allen nötigen Spezifikationen erstellt
2. Vorauswahl geeigneter Produktionspartner aus dem internationalen Lieferantenpool
3. E-Mail-Versand der Anfrage an diesen Lieferantenkreis mit Aufforderung zur Auktionsteilnahme
4. Sofortige E-Mail-Rückinfo der Lieferanten, ob sie teilnehmen
5. Auktionsstart unter allen Teilnehmern mit definiertem Auktionsende (i.d.R. 4 bis 5 AT)

Über das Printportal kann der Auktionsverlauf von allen Teilnehmern wie auch vom Kunden in Echtzeit mitverfolgt werden. In aller Regel liegen die Angebote zum Auktionsende deutlich unter dem Erstgebot.

Der erzielte Einkaufsvorteil beträgt oftmals viele Tausend Euro.

Selbstredend setzt die Durchführung einer Auktion ein attraktives Produktionsvolumen voraus, damit die Teilnahme für die Bieter interessant ist. Für kleinere Produktionsaufträge bietet sich als Alternative eine „klassische“ Online-Ausschreibung über das Portal an. Zur Nutzung genügt eine einfache Registrierung unter [www.baf-printmanagement.de](http://www.baf-printmanagement.de).

Weitergehende Informationen erhalten Sie gerne von BRANDS & FRIENDS.

## Themenausblick...

### Vorschau auf die nächste Ausgabe von OnPrint

**OnPrint**  
01|08

- Titelthema: Einkaufen heute. National. International. Global.
- Effizienz, die entlastet: Online-gestütztes Workflow-Management
- Der Trend im Printeinkauf: Projektausschreibung via Online-Portal
- Fallbeispiel Online-Auktionen: Aral Kinder-Warnschutzkragen
- Praxisbericht: ROI-Berechnung für Cross Media Publishing
- Web-to-Print: Ideallösung für das Digitaldruck-Zeitalter
- Expertenwissen kompakt: Workshop + Seminar-Angebote



## Einfach Formular kopieren, ausfüllen und faxen: 0800-0100 100

Oder online anmelden unter: [www.onprint.info](http://www.onprint.info)

Informieren Sie sich im Austausch mit erfahrenen Internet- und Print-Spezialisten über Lösungen zu einer nachhaltigen Prozessoptimierung in Ihrem Unternehmen. Mit einer unternehmensindividuellen ANALYSE IHRES OPTIMIERUNGSPOTENZIALS liefert Ihnen der Gratis-Workshop eine fundierte Entscheidungsgrundlage, ob und welche Tools für Ihr Unternehmen nutzbringend einsetzbar und wirtschaftlich sinnvoll sind.

**Und das absolut unverbindlich und kostenfrei!**

- Ja, wir möchten durch den Einsatz internetgestützter Tools **mehr Zeit für strategische Aufgaben in Marketing & Vertrieb** gewinnen.
- Ja, wir wollen durch modernes Online-Printmanagement **mehr Effizienz im Print- und Werbemittel-Einkauf** realisieren und **Einsparpotenziale nutzen**.

Unser Wunschtermin:

Firma / Ort:

Name:

Abteilung / Funktion:

Telefon / E-Mail:

**„Durch die Integration Ihrer Lösung haben wir endlich den Schritt von der Manufaktur mit unendlich viel Handarbeit zu einer zukunftsfähigen Plattform mit Serienfertigung geschafft.“** (Kundenzitat)

Mehr zu diesem Thema in diesem Heft auf S. 6

### BRANDS & FRIENDS GmbH

Wittener Straße 56  
44789 Bochum  
Fon: 0234-973352-0  
[info@baf-print.de](mailto:info@baf-print.de)  
[www.baf-print.de](http://www.baf-print.de)

### MOSAIQ-MEDIA GmbH

Weilimdorfer Straße 45  
70825 Korntal/Stuttgart  
Fon: 0711-839484830  
[welcome@mosaiq-media.de](mailto:welcome@mosaiq-media.de)  
[www.mosaiq-media.de](http://www.mosaiq-media.de)