

Produktion inspiriert Kreation

GWA-Fachtagung Printproduktion beschäftigt sich mit der Digitalisierung der Print-Kommunikation. Kosten und Zeit sparen bei perfekter Qualitätssicherung lautet die Maxime

"Es gibt in der professionellen Kommunikation ein zentrales Ziel: Schnell, unkompliziert, kosteneffizient, sauber und sicher plattformübergreifend zu kommunizieren", stellt GWA-Führungskreissprecher Frank Beinhold von Serviceplan, München, klar. Dieser Maßgabe müssen künftig Medien und Agenturen wie auch deren Druck-Dienstleister und Technologielieferanten folgen. Kein leichtes Unterfangen, wie Printproduktionsfachmann Beinhold weiß. Das Programm der diesjährigen GWA-Fachtagung in Hamburg setzte deswegen auf Vernetzung von Kreation, IT, Drucktechnologie und Produktion.

Zunächst widmete sich ein Expertengespräch dem Thema "In welche Zukunftstechnologien müssen Agenturen investieren?". Eingeladen waren Top-Vertreter der Technologiefirmen Adobe Systems, Apple Computer, Macromedia und QuarkXPress, um jeweils ihre spezifischen Lösungen klar zu machen. "Dass hart kämpfende Konkurrenten auf einem gemeinsamen Plenum Platz nehmen und konstruktiv miteinander diskutieren, hat es außer bei den Seybold-Konferenzen Ende der 80iger Jahre in den USA noch nie gegeben", erläutert Medien- und Kommunikationsexperte Andreas Weber, Mainz, Mitglied im Planungsteam und Moderator der Fachtagung.

Das Ergebnis war entsprechend eindrucksvoll: Erstmals konnten auf der GWA-Fachtagung klare Positionierungen für die Technologielieferanten gefunden werden.

- Adobe pusht via PDF das Network Publishing, das alle heutigen und künftigen Medien adressiert.
- Apple Computer mutiert vom Macintosh-Lieferanten zum Systemintegrator, der auf Basis des Betriebssystems OS X innovative Softwareprodukte für die digitale Kommunikation und Server-Architekturen liefert, die Windows und Linux integrieren.
- Macromedia, die mit der Web-Software Flash 98% Marktanteil halten, setzt auf "dynamic value" in der Print- und Online-Kommunikation.
- Quark XPress, Marktführer bei Layoutsoftware, setzt auf die Prozess-Beschleunigung und Workflow-Optimierung durch neuartige Publishing-System-Architekturen.

Den GWA-Printproduktionsern wurde klar, dass die Nutzung von spezifischen, aber offenen Lösungen im Printpublishing die Produktionsabteilung zum wichtigen Wertschöpfungszentrum der Agentur machen kann. Thomas Müller von pdfzone.de erklärte, dass in der Diskussion um die Digitalisierung allzuleicht übersehen werde, dass Print nach wie vor die größte Einnahmequelle bei Medien und Agenturen darstelle.

Eine weitere Premiere auf der GWA-Tagung knüpfte gezielt an die Bedeutung von Print an: Monika Kenzler, Gruner+Jahr, und Wolfgang Dufner, Burda,

stellten sich als Tiefdruck-Produktionsexperten den kritischen Fragen von Frank Beinhold und Ralph Hofmann, Produktionschef bei McCann Erickson in Frankfurt. Das Datenhandling bei Tiefdruck-Anzeigen ist nicht perfekt, da noch immer nicht auf die vorhandenen technischen Lösungen und empfohlenen Standards zurückgegriffen werde. In 70% der Fälle werden Anzeigen im Offsetformat angeliefert, die dann für den Tiefdruck angepasst werden müssen. Das Risiko: Neben Kosten in Millionenhöhe kann sich dies negativ auf die Druckqualität auswirken. Es gilt also, Werbungtreibende, Agenturen und Prepress-Dienstleister auf eine Linie zu bringen.

Burda-Experte Wolfgang Dufner legte dar, dass der VDZ einen "Referenzstandard Tiefdruck" bereits vorgestellt hat, der eine optimale Prozess-Anpassung erlaube. Noch in diesem Jahr werde ein solcher Referenzstandard ebenso für den Offsetdruck vorgelegt. Der Nutzen ist durchschlagend: Der neue Standard wird als sog. Referenzprofil den Anzeigen-Dateien im Norm-Format PDF X/3 angehängt. "Durch die Verwendung der von uns empfohlenen digitalen Standards lässt sich eine zuverlässige Qualitätssicherung und -optimierung gewährleisten", stellt Monika Kennzler fest und führt fort: "VDZ und GWA arbeiten an konkreten Empfehlungen für eine Schnittstellen-Optimierung, die alle Beteiligten adressieren. Denn letztlich darf Printwerbung nicht durch eine Druckqualität leiden, die problemlos steigerungsfähig sei. Ralph Hofmann und Frank Beinhold bestätigen: "Wenn Agenturen und ihre Produktionsdienstleister sich am PDF-Workflow und den Referenzen orientieren, gibt es faktisch keine Beanstandungen mehr".

Welche Rolle Printmedien künftig spielen können, legte Moderator Andreas Weber dar. Weber führte als Sprecher der Brancheninitiative DigitaldruckForum durch das Thema "Drucken ohne Limits". Mit Hilfe einer neuen "Personalized Print Markup Language" (PPML) lassen sich Printproduktionen individualisieren. Der Vorteil für die Printkommunikation ist klar:

- Minimierung der Streuverluste
- Maßgeschneiderte Inhalte für definierbare Zielgruppenprofile
- Erhöhung der Kundenbindung

Zudem kann Print durch PPML-Anwendungssoftware mit E-Mail-Marketing und Web-Publishing gekoppelt werden

Digitaldruck ist im Großformat längst auch schon in der Außenwerbung Standard geworden, wie Carsten Horn von Heye und Partner darlegen konnte. Seine Message: "Kreative Produktionslösungen helfen entscheidend, die Kommunikationsziele unserer Kunden auf allen Feldern der Kommunikation zu ermöglichen."

Frank Beinhold zeigte sich mit diesen Ergebnissen der GWA-Fachtagung hochzufrieden, zumal ein Werksbesuch bei der Gruner+Jahr-Druckerei weit von Hamburg die Praxis des Druckens auf modernstem Niveau einbezog. "Die Digitalisierung der Kommunikation stellt für die Agenturbranche eine riesige Herausforderung dar. Der Produktion kommt eine neue, umfassende Bedeutung zu, da Kreation, Marketing, IT und Medienproduktion generalistisch zu wirkungsstarken Lösungsszenarien zusammengefasst werden. Dazu ist der 'Kreative Produktioner' unverzichtbar".

Weitere Fach-Infos gibt es unter:

<http://www.gwa.de>

<http://www.digitaldruck-forum.org>