

Die Einsatzgebiete von Web-to-Publish-Systemen reichen von der webbasierten Auftragsverwaltung bis zur zentralen Dokumenterstellung für verschiedene Medienkanäle. Für Druckereien kann ein Webportal zugleich Vertriebskanal und ein Instrument zur Kundenbindung sein. In Unternehmen sind Web-to-Publish-Systeme ein Mittel, um Kosten bei der Werbemittel-Erstellung zu sparen und die Effizienz der Kommunikationsabläufe zu steigern.

Voraussetzung für den Einstieg ins Online-Geschäft sind tragfähige Geschäftsideen. Daraus werden konkrete Anforderungen an ein System entwickelt. In der folgenden Systemauswahl sieht man sich einer großen Zahl von Systemen gegenüber, die die verschiedensten Funktionen und Schwerpunkte haben. Keinesfalls sollte sich die Auswahl einer geeigneten Lösung nur auf die Empfehlung von Kollegen oder die beeindruckende Vorstellung eines Anbieters stützen. Denn jedes Unternehmen hat seine eigenen, individuellen Bedingungen, die die Grundlage für die Systementscheidung sein müssen, will man Fehlinvestitionen vermeiden. Dieser Artikel gibt einen Überblick zu den wichtigsten Basis-Kriterien, die bei der Auswahl eines Web-to-Publish-Systems zu berücksichtigen sind und zeigt das weitere Vorgehen auf.

Closed Shop oder Open Shop?

Closed Shops sind Webportale für geschlossene Benutzergruppen, die per Login zum System Zugang haben. Einsatz finden Closed Shops bei Unternehmenslösungen, z. B. für die Produktion von Werbematerialien, Händler- und Vertriebsunterstützung oder das Anzeigenmanagement. Mediendienstleister können mit einem Web-to-Publish-System für ihre Kunden mehrere verschiedene Unternehmensportale – Mandaten genannt – anlegen.

Open Shops hingegen sind Webshops für offene Benutzergruppen, die für den Produktverkauf konzipiert sind. Dazu gehört ein E-Shop, mit dem sich Bezahl- und Versandoptionen konfigurieren lassen. Die Produktpalette reicht von Standarddrucksachen, Kalendern, branchenspezifischen Handelsartikeln (z. B. für die Gastronomie) bis zu Geschenkartikeln. Mit der Entscheidung für einen Open Shop sind auch die Zielgruppen für das Angebot festzulegen: Unternehmens-

kunden (B2B = Business-to-Business), Privatkunden (B2C = Business-to-Consumer) oder beide.

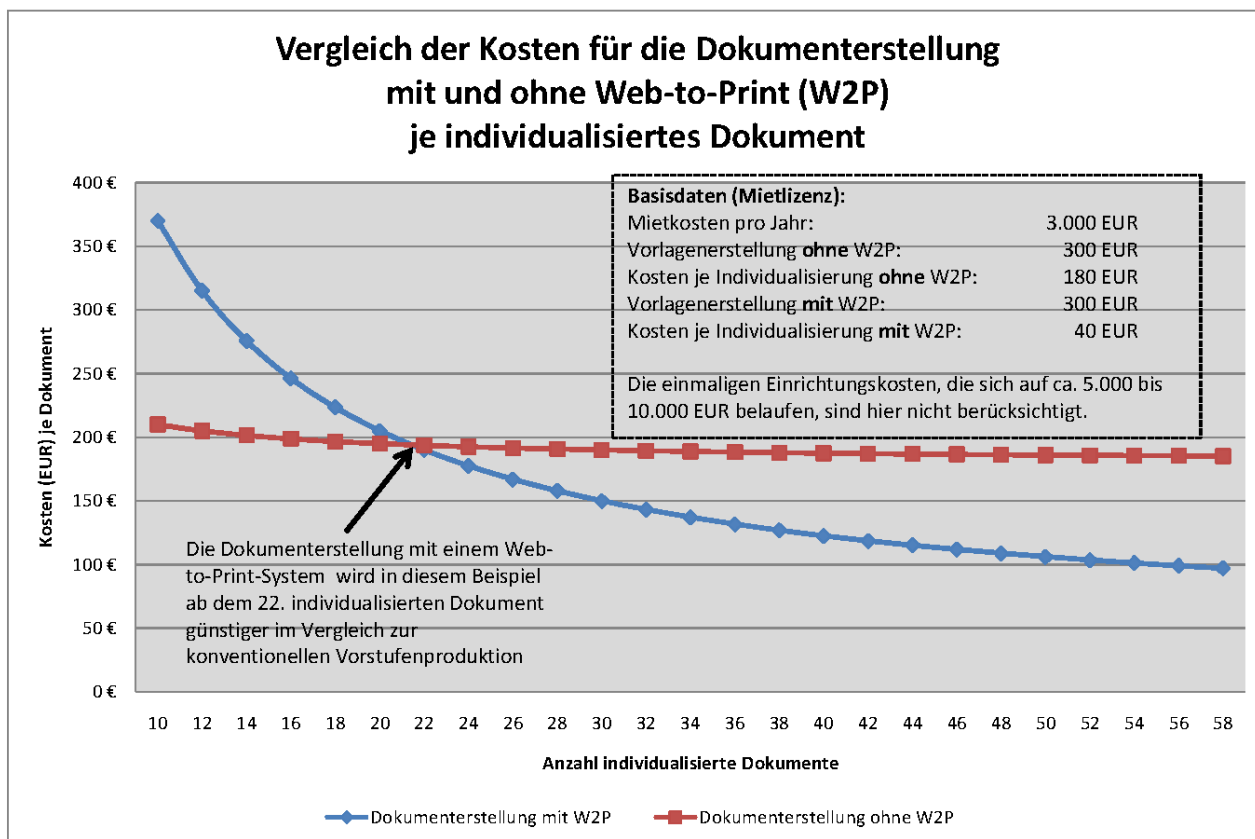
Kaufen oder Mieten?

Die meisten Anbieter offerieren ihre Systeme als Kauf- oder Mietlizenz. Ein wichtiges Kriterium für die Entscheidung sind die internen Ressourcen. Wird ein Web-to-Publish-System gekauft, erfordert dies nicht nur den Betrieb der Systemsoftware, sondern auch den Betrieb eines Webservers. Benötigt werden Serverräume mit Klimatisierung, Brand- und Diebstahlschutz; IT-Mitarbeiter kümmern sich um die System- und Datensicherheit. Ganz oder teilweise lässt sich der Systembetrieb auch an Provider oder den Anbieter auslagern. Die anfänglichen Investitionskosten sind im Vergleich zu Mietlizenzen deutlich höher, hinzu kommen jährliche Zusatzkosten für Updates, Support und Wartung zwischen 15% und 20% der Softwarekosten. Vorteile für den Systembetreiber sind die vollständige und flexible Kontrolle über das System und die Daten.

Mietlizenzen gibt es im Rahmen sogenannter ASP (Application Service Provider)- oder SaaS (Software as a Service)-Modelle. Das Mieten eines Systems hat den Vorteil, dass man sich nicht um die erforderliche Hardware, Softwarepflege und den laufenden Betrieb kümmern muss. In manchen Unternehmen sind Web-to-Publish-Systeme seitens der IT-Abteilungen nicht erwünscht, sodass Mietlizenzen dann eine gute Alternative sind. Die Kosten in Form monatlicher Gebühren und eventueller Transaktionskosten sind gut kalkulierbar. Allerdings sind außerdem Kosten für die einmalige Einrichtung des Systems, Programmierung und Anpassung von Schnittstellen sowie Schulungen zu beachten.

Druckdatei-Upload oder Dokument-Individualisierung?

Beim Druckdatei-Upload sendet der Benutzer druckfertige Dateien, in der Regel als PDF, an den Webshop-Betreiber. Viele Druckereien bieten solche Webshops an, darunter z. B. www.laser-line.de, www.unserdrucker.de, www.printweb.de, printplaza.com.



Eine anderer Produktionsweg innerhalb eines Web-to-Publish-Systems ist die Dokument-Individualisierung. Dabei werden Druckvorlagen auf dem Webserver bereitgestellt, vom Benutzer aufgerufen und teilweise angepasst. Klassisches Anwendungsbeispiel hierfür ist die Visitenkarten-Erstellung. Im Rahmen von Closed Shops für Unternehmen ist bei der Dokument-Individualisierung zu bedenken, dass durch die Systembetriebskosten und die Vorbereitung der Druckvorlage Kosten entstehen, sodass die Bereitstellung erst ab einer bestimmten Anzahl von Individualisierungen rentabel ist (siehe Abb. oben).

Systembasis PDF oder Publishing-Server?

Für den Einsatzzweck der Dokument-Individualisierung können die meisten Systeme einem von zwei grundsätzlich verschiedenen Verfahren zugeordnet werden. Bei den PDF-basierenden Systemen liegen die individualisierbaren Druckvorlagen in den Datenformaten PDF, XML oder Flash vor. Die Erstellung der Vorschau- und Druck-PDF-Dateien übernimmt in der Regel die PDFlib, eine weitverbreitete Technologie-

basis und ein Entwicklungswerkzeug zur dynamischen PDF-Erzeugung auf Serversystemen.

Bei den Publishing-Server-Lösungen werden je nach Serveranbieter InDesign-, QuarkXPress- oder Pageflex-Dokumente für die Bearbeitung durch den Benutzer auf dem Webserver bereitgestellt. Im Anschluss an die Bearbeitung geben diese Systeme entweder PDF-Dateien für verschiedene Verwendungszwecke oder die editierbaren Original-Dokumentdateien aus. In der Regel sind Publishing-Server-Systeme teurer als PDF-basierende Systeme, da zusätzlich Lizenzgebühren für die Publishing-Server anfallen. Benötigt werden diese Systeme, wenn Dokumente nach dem Ende der Individualisierung im Web-to-Publish-System noch bearbeitet werden müssen, z. B. durch eine Agentur. Weitere mögliche Anforderungen sind folgende: Bearbeiten mehrseitiger Dokumente mit seitenübergreifenden Textumbrüchen, Zugriff auf die Sprachunterstützung der Serversysteme oder die Bereitstellung von Originaldokumenten für Abstimmungen und Freigaben.

Systeme methodisch auswählen

Durch die Bestimmung der hier vorgestellten Entscheidungskriterien lassen sich mithilfe der Systemkenntnisse und der Marktübersicht Web-to-Publish-Systeme von Melaschuk-Medien geeignete Systeme in einem ersten Auswahlschritt vorselektieren. In einem weiteren Schritt werden Detailanforderungen an die Anbieter übermittelt, die schriftlich und in Online-Demos geklärt werden können. Ziel dieser Auswertung sind Systeme, die die Kundenanforderungen am besten erfüllen können. Unter diesen Systemen lässt sich dann in der Entscheidungsphase, unterstützt durch Präsentationen der Anbieter, mit großer Sicherheit das passende System auswählen.