

# Mehr-Kanal-Arbeiten

**PRAXISBERICHT.** Mit Online Media Net von Meyle+Müller wollte der Versandhändler Truman vor allem seinen PDF-Revisions-Workflow verbessern. Heute verfügt er über eine Multi-channel-Werbemittelproduktion, praktisch ohne Medienbrüche.

Zwei Begriffe, eine Bedeutung: Noch vor sechs, sieben Jahren stand der Begriff Cross Media Publishing für die Nutzung von Printproduktionsdaten auch für andere Medientypen. Heute, einige RIAs (Rich Internet Applications) im Web und viele Mbits in der Datenübertragung später, ist eigentlich nur noch von Multichannel Publishing die Rede – aus einer gemeinsamen Mediendatenbank heraus und in Echtzeit.

Längst können Publikationen für Print und Online mithilfe des Internets automatisch erstellt, abgestimmt und frei gegeben werden. Produktionsprozesse rücken enger zusammen, vereinfachen und beschleunigen die Fertigstellung enorm. Zugleich ist das »neue« Internet zur wichtigen Plattform für die Produktpräsentation und zum Vertrieb/Abverkauf (E-Commerce) geworden.

**AUSGABENEUTRAL.** Nirgends scheint das Miteinander von Print und Online enger als in der Werbemittelproduktion, genauer gesagt in der Katalogherstellung. Hier stellt der Pforzheimer Medienteilnehmer Meyle+Müller mit dem ausgabeneutralen Online Media Net (OMN) eine modular aufgebaute, konfigurierbare Publishing-Lösung zur Verfügung, die im Wesentlichen auf einem Media-Asset-Management-(MAM) und einem Product-Information-Management-System (PIM) aufbaut und konsequenterweise an Warenwirtschaftssysteme angebunden werden kann (vgl. hierzu

DD Nr. 38/2008, Seite 30f.). Meyle+Müller hat OMN inzwischen in unterschiedlicher Ausprägung bei verschiedenen Handels-/Versandhandelskunden implementiert. Einer der ersten OMN-Kunden ist der Versand-, Online- und Stationärhändler Truman Textilien GmbH aus Köln, dessen Produktionsabläufe hier als Praxisbeispiel dienen sollen.

**EFFEKTIVE PROZESSE.** Der Spezialversender für sportive und funktionale Armybekleidung mit ergänzender Outdoorausrüstung kam auf Meyle+Müller zu, weil ihm die »Logistik« seines PDF-Revisions-Workflows zu un bequem war. Automatisiert, zeitsparend und räumlich unabhängig sollten diese Schritte ablaufen, ohne ständiges Hin- und Herschicken von PDFs in verschiedenen Versionierungen.

Doch der Einsatz von OMN bei Truman reicht heute weit über die Revision hinaus. Schon ganz am Anfang der Produktion, in der Phase des Fotoshootings und der Bildauswahl, werden die Prozesse durch OMN beschleunigt und einfach gestaltet. Meyle + Müller erfasst dabei bereits vor dem Shooting vor Ort bei Truman den Großteil des Warenangebots multispektral mit der digitalen Stoffmusterkamera (Dauer: etwa zwei Tage). Durch Online Digistoff, dem digitalen Stoffmuster-Workflow, wird parallel zum Shooting mit der Bildbearbeitung und Farbkorrektur begonnen. Das digitale Stoff-

muster ist weltweit als Referenz (L\*a\*b\*-Tiff) verfügbar und eine Bemusterung anhand der physikalischen Ware entfällt komplett. Auch wenn bei jedem Katalog nur etwa 60% neue Bilder hinzukommen (der Rest wird aus der vorherigen Produktion übernommen und überarbeitet), werden bereits in dieser frühen Phase der Werbemittelproduktion mehrere Tage Produktionszeit eingespart.

Mit dem MAM-Modul von OMN verwaltet Truman sämtliche Daten (RGB-Bildern, Indesign-Dokumente, PDF-Dateien et cetera). Es vereinfacht, standardisiert und automatisiert nicht nur das Handling von Mediendaten, sondern lässt eine komfortable zentrale Verwaltung und einen weltweiten Austausch aller multimedialen Inhalte zu.

Der Produktionsworkflow vom Gestaltungsbriefing (mit Seitenscribbles) über die Layoutphase und Reinzeichnung bis hin zu den Korrekturschleifen wird digital über das Korrektur-Workflow-System Online Proof abgebildet. Hinter diesem »Teilprodukt« des OMN stecken bei Meyle+Müller die Softwarelösungen Dalim Mistral und Dialogue. Mit Online Proof kommunizieren Meyle+Müller und Truman somit von der Entstehung der Fotos bis zur von Meyle+Müller fertig gestalteten Seite in Echtzeit und ohne Medienbrüche.

**FAST OHNE MEDIENBRÜCHE,** denn die abschließende farbverbindliche Abstimmung und Freigabe der Seiten erfolgt derzeit noch auf Basis von Hardcopy-Proofs. In Kürze wird Truman auf die Softproofing-Variante umsteigen. Dazu wird Meyle+Müller bei Truman farbverbindliche, kalibrierbare Monitore installieren (Näheres zur Softproof-Revision: DD Nr. 27/2009, Seite 16f.).

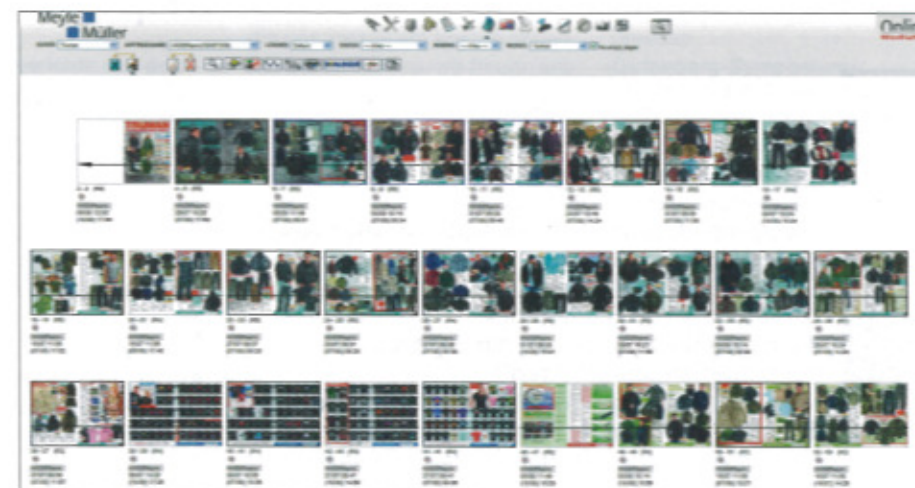
Heute kommen die Textinhalte für die Layoutphase auch noch nicht automatisch aus dem PIM-Modul des OMN, sondern per Excel und werden »händisch« platziert. Demnächst verändert Meyle+Müller jedoch den bisherigen Prozess, sodass die Texte dann direkt aus dem OMN-PIM per Plug-in ins Indesign-Dokument fließen werden. Damit hat Meyle+Müller bei Truman eine »kleine« OMN-Lösung realisiert. »Große« Lösungen mit Anbindungen an Warenwirtschaft, Webshops und andere IT-Systeme des Kunden werden derzeit bei namhaften Versendern verwirklicht.

**ONLINE.** Wenn der Printkatalog nach etwa drei bis vier Wochen fertig produziert ist, liegen alle Bilder (verwendet oder nicht) im

Katalogordner vor. Die Neuabbildungen können nun von Truman zur Saison sortiert werden, quasi als Archiv je Katalog. Für den Onlineshop www.truman.de sind die Bildersets im E-Shop-Format »mundgerecht« mit Freistellern downloadbar. Diese werden durch Abbildungen ergänzt, die sowieso nur für den Onlinebereich vorgesehen sind. Meyle+Müller liefert hierzu als weiteres OMN-Modul den blätterbaren Katalog Online Kat mit hinterlegter Bestellfunktion.

**INDIVIDUELLE ANPASSUNGEN.** Interessant ist stets, wo Meyle+Müller OMN an die Workflow-Spezifika seines Kunden angepasst hat. So wurde bei Truman mit einer Xtension sichergestellt, dass in den Layoutdateien Bildverwendungsnachweise hinterlegt werden, die OMN auslesen kann.

Zahlreiche Anpassungen in den Metafeldern sind bereits umgesetzt worden (zum Beispiel weiterreichende Informationen über den jeweiligen Bildstatus), ebenso die Weiterentwicklung der Funktion »Drag&Drop in den Warenkorb«, um eine Bildauswahl automatisch als Link verschicken zu können.



Flatplan beziehungsweise Bogenplan-Ansicht zur schnellen Übersicht des Korrekturstatus.

Denn Truman versendet Feindaten des Öffrens an Druckdienstleister, um zum Beispiel zusätzlich gestaltete Werbemittel, Plakate et cetera für ihren stationären Handel in Köln und Düsseldorf fertigen zu lassen. Truman wird zukünftig auch die Möglichkeit der virtuellen Kategorisierung nutzen. Damit

können Abbildungen flexibel Bildergruppen zugewiesen werden, ohne dabei die physikalische Platzierung der Bilder auf dem Server zu verändern. Durch diese Funktion kommt Truman schnell und gezielt zu Produktzusammenstellungen, zum Beispiel für bestimmte Produktbereiche. **Michael Schüle**

## Printkatalog soll neugierig machen und ins Netz locken

**Interview ■** Das Multichannel Publishing gilt als Kernkompetenz von Meyle+Müller. Durch automatisierte Online-Prozesse will das Pforzheimer Unternehmen die Werbemittelproduktion flexibler und effektiver machen, bietet dem Versandhandel aber auch interessante Möglichkeiten, seine Produkte im Netz darzustellen/zu verkaufen. *Deutscher Drucker* hierzu im Gespräch mit Meyle+Müller-Prokurist Jürgen Mühlfeit.

**DD:** Die Vorzüge von Online-Prozessen in der Werbemittelproduktion sind unbestritten. In welchem Maße hat sich Ihr Unternehmen inzwischen auf die Weiterentwicklung des Online-Bereichs spezialisiert?

**Jürgen Mühlfeit:** Meyle+Müller hat sich in den letzten Jahren eindeutig zum Online-Spezialisten entwickelt. Unser sehr gutes Premedia- und IT-Know-how sowie unsere Innovationskraft haben uns den schnellen Aufbau der Online-Kompetenz ermöglicht. Heute reicht unser Spektrum von der Kundenberatung über den Aufbau von Webshops bis hin zum Shop-Management.

Zusätzlich haben wir viele Online-Produkte, wie zum Beispiel blätterbare Kataloge, virtuelle Modeberater, iPhone-Apps und vieles andere mehr entwi-

ckelt, die den Online-Umsatz unserer Kunden steigern und einen deutlichen Mehrwert bieten. **DD:** Welche Rolle vermag der gedruckte Katalog als Werbemittel noch zu spielen, wohin wird er sich entwickeln und wie sieht in diesem Zusammenhang die ideale Verknüpfung zwischen Print und Online aus?

**Mühlfeit:** In Zukunft wird es eine der Hauptaufgaben gedruckter Kataloge sein, dem Kunden Produkte und Neuheiten auf emotionale Art und Weise vorzustellen, ihn neugierig zu machen und ins Internet zu locken. Im Netz findet der Kunde dann alle Details zu Produkten und Varianten, sieht die Verfügbarkeit und die aktuellen Preise und kann die Produkte bequem mit einem Klick bestellen. 3-D-Ansichten oder Videos erklären die Produkte detailliert, im virtuellen Modeberater können diese dann noch passend kombiniert werden. Eine hervorragende Verknüpfung zwischen Print und Online stellen zum Beispiel die blätterbaren Kataloge dar, von denen wir inzwischen verschiedene Varianten entwickelt haben. Unsere Online-Kats sind aktualisierbar und individualisierbar, beinhalten intelligentes Suchen, Super-Zooming und integrieren Videos und 3-D-Animationen. Damit sind sie wesentlich mehr als nur die 1:1-Kopie der Printkataloge. Außerdem haben wir bereits Lösungen entwickelt, mit denen die Kunden aus dem Printkatalog aufs iPhone geführt werden und Produkte direkt bestellen können.

**DD:** Mit welchen Produkten, Dienstleistungen oder Partnerschaften kann Meyle+Müller den Kunden im Umfeld der Echtzeit-Produktion mit der Lösung Online Media Net weitere Vorteile bieten?

**Mühlfeit:** Ein wichtiger Mehrwert ist für uns die Bild- und Contentbereitstellung für alle Kanäle. Mit unserem Multichannel-Produktionssystem Online Media Net versorgen wir die Kanäle Print, Online, Stationär und Mobile in Echtzeit mit den benötigten Daten. Dadurch, dass wir die Bedürfnisse unserer Kunden und die neuesten Technologien genau kennen, entstehen bei uns ständig neue Ideen und Produkte. Dabei helfen uns unsere Partnerschaften. Online Media Net haben wir beispielsweise mit unseren Partnern Stuber und W&Co Mediaservices entwickelt. Bei der Beratung und Erstellung von Online-Konzeptionen arbeiten wir eng mit dem Spezialisten xchain zusammen. Alle unsere Lösungen basieren auf einer möglichst perfekten Vernetzung der Produkte und Systeme. Dies gilt für unsere eigenen Lösungen sowie für die Vernetzung mit den Systemen unserer Kunden. Ein Beispiel hierfür ist der bereits angesprochene Online Figurator, unser virtueller Modeberater im Internet, der direkt mit dem Warenwirtschaftssystem, Online Media Net und dem Webshop verknüpft ist. Dies versetzt ihn in die Lage, dynamische Angebote zu generieren, indem er ausverkaufte Produkte oder Farbvarianten entfernt und neue Produkte selbstständig hinzufügt.



Korrekturangaben und Freigabefool in Online Proof. Das webbasierte Korrektur-Workflow-System von Meyle+Müller ist ein Teilprodukt von Online Media Net und basiert auf den Softwarelösungen Dalim Mistral und Dialogue.



Jürgen Mühlfeit