

PAGE

# PAGE

04.2008 Ideen und Know-how für Design, Werbung, Medien ↗ [www.page-online.de](http://www.page-online.de)

## LOGO-DESIGN

Multimedial. Variabel.  
Zukunftsweisend.



Best of Germany bei EULDA, The European Logo Design Annual 2007: Logo für monopol records GbR (Design: Jens Lausenmeyer, KITA™ Berlin | Visual Playground)

DEUTSCHLAND 7,95 €



### Motion Graphics

Making-of: Wie Parasol Island für LGI eine virtuelle Weltreise inszenierte

### Web-to-Print

Layout-Bausätze online – Jobkiller oder neue Chance?

### Gamedesign

Ausbildungs- und Arbeitsmarkt in Deutschland, Österreich, Schweiz

**Auszug aus PAGE 04.2008, erschienen am 5. März 2008 ([www.page-online.de](http://www.page-online.de))**

### **Gestaltungsautomaten**

**Web-to-Print ist zurzeit das heißeste Thema der Printbranche – zumindest nach Ansicht von Experten und Anbietern. Doch welche Chancen und Möglichkeiten bieten sich Agenturen?**

Wenn die Rede von Web-to-Print ist, scheuen sich viele Experten nicht vor großen Worten: Damit komme eine Revolution auf uns zu, die der, die das DTP in Gang gesetzt habe, gleichkomme. Schon bald würden nahezu alle Printdokumente per Web-Interface von Gestaltungslaien oder bestenfalls semiprofessionellen Usern zusammengestellt und individualisiert. Angeschlossene Content-Management-Systeme stellen bei einem solchen Workflow die notwendigen Assets bereit. Im Hintergrund sorgt eine Layout- oder PDF-Engine für die Konvertierung der Druckdaten, die dann vollautomatisch an die Produktion und Weiterverarbeitung oder auch Buchung und Verteilung übermittelt werden. (...)

Mittlerweile boomt der Sektor der Webdruckereien, die ihren Kunden auch Onlineeditoren mit unterschiedlich umfangreichen Funktionen anbieten und so auch die Kreation von Flyern, Visitenkarten und vielem mehr per Browser ermöglichen. (...) Große Konzerne mit internationalen Niederlassungen oder weitverzweigten Händler- und Franchise-Netzen sehen überdies nicht nur enorme Zeit- und Kostensparpotenziale im Bereich des operativen Marketings, sondern auch eine erhebliche Verbesserung der Markenkonsistenz – und gehen zu so genannten Brand Management Lösungen über: komplexe Systeme, die neben den Brand-Assets oder –Guidelines für die Mitarbeiter und Partner auch Onlineeditoren für die Gestaltung und Individualisierung von Marketing- und Werbeprodukten bereithalten sowie – je nach Anforderung – weitere Workflowtools. (...)

Interessant ist ein Blick auf die Anbieter: Laut der oben genannten Studie sind es neben Druckern, Medien- und Onlinedienstleistern vor allem Agenturen, die entweder eine eigene Web-to-Print-Lösung oder als Service-Provider die eines anderen Herstellers anbieten. Speziell die großen, aber auch immer mehr kleine und mittlere Agenturen, sehen Web-to-Print also keineswegs als Kreativitätskiller und Wegrationalisierer. „Der Markt wird durch die Industrieunternehmen getrieben – aber viele Agenturen verstehen die Situation und begreifen sie als Chance für neue Geschäftsfelder“, so Andreas Michalski, Geschäftsführer von Corporate Design Online, Anbieter des Brand Management Tools iBrams.

## **Lufthansa: Internationales Design- und Vorlagenmanagement**

In insgesamt zwölf Sprachen und trotzdem mit weitgehend identischem Layout erscheint das 82-seitige Lufthansa-Saleskit für den weltweiten Vertrieb der Flugzeugmarke. Das ist keine Selbstverständlichkeit, denn durch die Verwendung unterschiedlicher Sprachen können bis zu 25 Prozent Textüber- oder -untermengen im Vergleich zur deutschen Vorlage entstehen.

Möglich macht dies das Brand-Management-System iBrams von Corporate Design Online. Es überzeugte Lufthansa und die betreuende Agentur Wunderman aus Frankfurt am Main, weil es auf Basis von InDesign und InDesign Server arbeitet. Damit lassen sich die Abweichungs- und Änderungsmöglichkeiten in Dokumentvorlagen über Feldregeln fein abstufen und der Bearbeitungsspielraum so begrenzen, dass das Layout nicht verwässert werden kann. Zum Beispiel gibt das System allen Usern verbindlich vor, welche Vorlagen in welcher Version und mit welchen Änderungsmöglichkeiten bei welchen Kampagnen zum Einsatz kommen.

„Die Texter und Übersetzer in den Landesdependancen erhalten via iBrams klare Vorgaben, und nur in besonderen Fällen bekommen sie ein paar Zeilen mehr zur Verfügung“, erklärt Thomas Näfe, Leiter Mediengestaltung bei Wunderman. Die Überwachung und Steuerung des Corporate Designs ist nur ein Aspekt, der für die Lösung sprach. Der Korrektur- und Druckvorstufenablauf des Lufthansa-Saleskit profitiert auch vom Rechte- und Versionsmanagement, das die Prozesse strafft und sicherer macht.

Autorin: Ilona Koglin

