

Xerox sieht Chancen im digitalen Verpackungsdruck

Karl-Heinz Kaiser, Sales Director Production Xerox Deutschland, sieht den Digitaldruck verstärkt auch bei klassischen Printproduktionen. Individuelle Verpackungskonzepte lassen sich nur mit einer leistungsstarken digitalen Drucklösung realisieren.

...Seite 34

Schnelle CtP-Systeme für die Zeitungsproduktion

In der Zeitungsbranche sollte eine Investition selbstverständlich den aktuellen Anforderungen genügen, zugleich aber auch Freiräume für künftige Entwicklungen bieten. Unter diese Prämisse hat die Mitteldeutsche Zeitung in Halle ihre Investitionsentscheidung in eine neue CtP-Lösung von Kodak gestellt.

...Seite 44

Ifra: Neue Perspektiven für die Zeitungsindustrie

Die Ifra Expo jährt sich zum vierzigsten Male, und neben den attraktiven Technologien von iPad, Android-Handys und eBooks ist selbstverständlich auch in diesem Jahr das Kerngeschäft der Verlage – das Printbusiness – Mittelpunkt des Messegewebes.

...Seite 50

Dehnberger Forum: Zukunftsperspektiven für die Zeitungsverlage

Die Online-Medien sind eine erhebliche Konkurrenz für Zeitungen, wobei auch die Zeitungsverlage umfangreiche Inhalte kostenlos im Internet veröffentlichen. Damit stellt sich die Frage, wie Druckprodukt und Internetauftritt konzipiert werden müssen, damit sie profitabel sind und beim Leser Akzeptanz finden.

...Seite 54

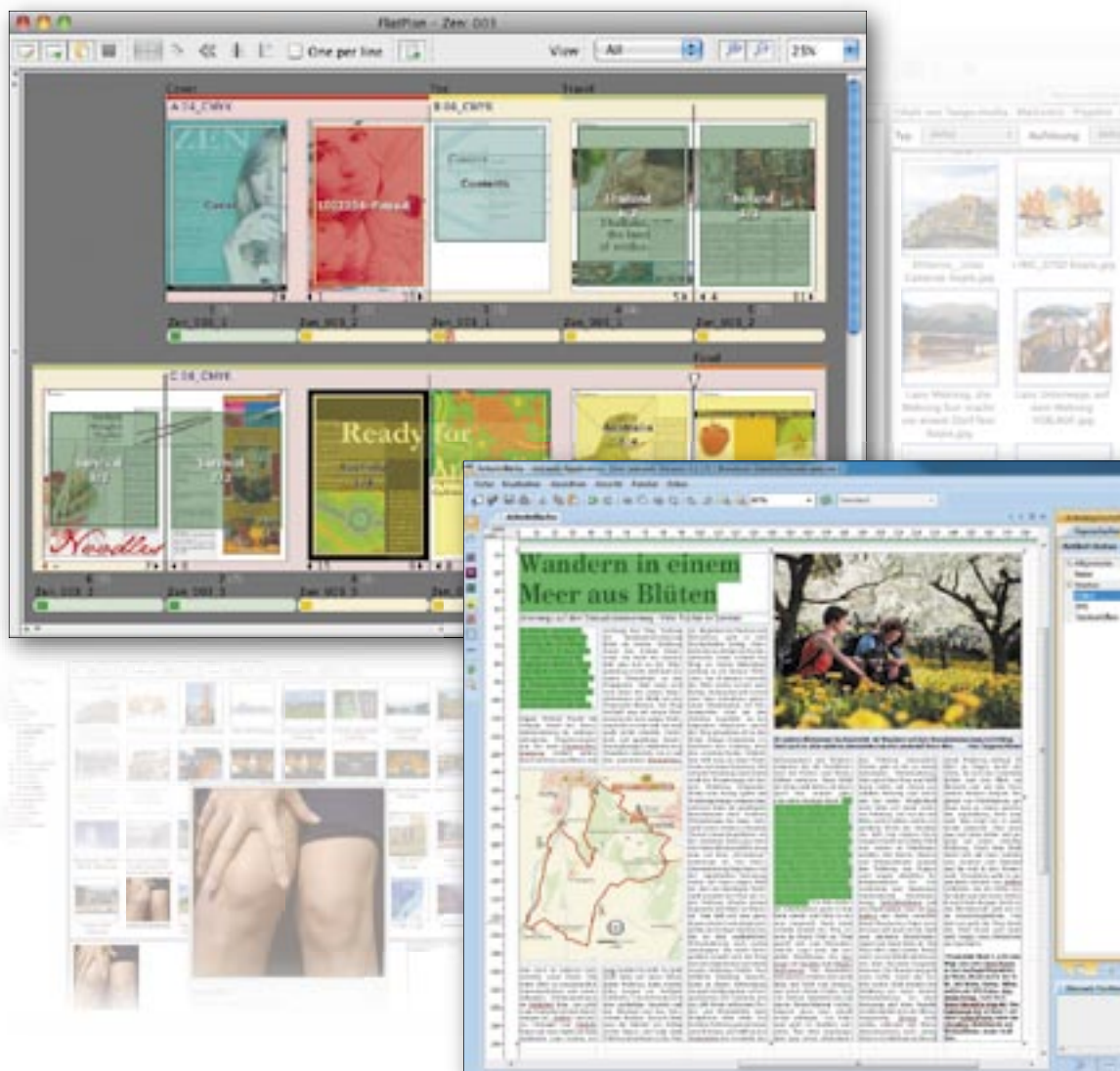
Mit Rapida-Trio an die Spitze des ägyptischen Marktes

Die ägyptische Druckerei El Safa For Printing & Packaging hat ihren Sitz in Alexandria und konnte ihre Position als regionaler Marktführer im Verpackungsdruck mit ihren drei seit 2006 installierten KBA Rapidas im Mittelformat nachhaltig unterstreichen. Im kommenden Jahr möchte der Verpackungsspezialist seine erfolgreiche Partnerschaft mit KBA auch im Großformat fortsetzen.

...Seite 58

Mit System in der Redaktion arbeiten

MVD – ein Netzwerk für Printpartner:
Lucas Franzot hat mit dem MVD ein Netzwerk für Druckdienstleister gegründet, die den strukturellen Wandel gemeinsam meistern.
...Seite 36



Steigerung der Produktivität mit effizienter Weiterverarbeitung

BRANDMAKER 5.0

BrandMaker hat die neue Version 5.0 seiner BrandMaker MRM-Suite auf den Markt gebracht. Highlight von BrandMaker 5.0 ist das neue Modul BrandMaker PIM. Es unterstützt Produkt Manager bei der ausgabenneutralen Erfassung, Verwaltung und crossmedialen Bereitstellung von Produktdaten. So stehen Anwendern, wie z. B. Händlern, neben den Metadaten insbesondere die zu einem Produkt gehörenden Wer-

betexte mit entsprechendem Bildmaterial zur Verfügung und können unmittelbar in Anzeigen und anderen Werbemitteln verwendet werden. Anders als klassische PIM-Systeme macht BrandMaker dadurch Produktdaten auch in der Werbung nutzbar. Bei der Entwicklung seiner PIM-Lösung hat BrandMaker besonderen Wert auf ein modernes, anwenderfreundliches Tool sowie auf die System-Flexibilität gelegt. Workflows, die während der Produktdatenpflege durchlaufen werden müssen, lassen sich ebenso wie die zu erfassenden Inhalte in Datenblättern unternehmensspezifisch kon-

Funktionell wurde das Web-to-Print Modul um den Live-Editor ergänzt, der Änderungen an einem Dokument in Echtzeit veranschaulicht.



figurieren. Sowohl bei der Gestaltung des Workflows als auch bei den Datenblättern kann sich ein Anwenderunternehmen BrandMaker PIM individuell per Drag & Drop zuschneiden.

Darüber hinaus verfügt BrandMaker in der Version 5.0 über ein komplett überarbeitetes Web-to-Print Modul, dessen verbesserte Benutzerführung im Individualisierungs-Editor noch mehr Übersichtlichkeit garantiert und den Anwendern die Erzeugung individualisierter Dokumente erleichtert. Funktionell wurde das Web-to-Print Modul um den Live-Editor ergänzt, der Änderungen an einem Dokument in Echtzeit veranschaulicht. Des Weiteren hat BrandMaker das Web-to-Print Modul um Funktionen für den Retail-Bereich erweitert. Mit den neuen Smart Groups und Smart Pages können Anwender bei der Individualisierung von Dokumenten auf vorgefertigte Layout-Bausteine zurückgreifen und sie einfach per Drag & Drop einfügen. Bei den Smart Groups sind es Layout-Bausteine mit Texten und Bildern, die in verschiedenen Größen verfügbar gemacht werden, und bei den Smart Pages sind es ganze Dokumentenseiten, die dem Werbemittel an beliebiger Stelle hinzugefügt werden können. Dies reduziert signifikant die Bearbeitungsda-

er von Werbemitteln und fördert ein durchgehendes Corporate Design.

Mit dem Release der neuen Version 5.0 gibt es mit BrandMaker Retail auch eine MRM-Lösung speziell für den Einzelhandel. Durch BrandMaker Retail können Einzelhändler die gesamte Prozesskette rund um die Erstellung von Werbemitteln abbilden – von Planung und grafischer Gestaltung über Auswahl von Produktkategorien und Artikeln inklusive Preisfindung bis hin zu Abstimmung und Druck. BrandMaker Retail deckt das gesamte Spektrum an Werbemitteln ab: zentral vorgegebene und lokal individualisierbare Werbemittel zur Bestückung der Filialen ebenso wie die Prospektwerbung für die Haushalte – immer unter Berücksichtigung regionaler Differenzierungen. ► www.brandmaker.com