

INHALT

Seite _01/02

Katalogproduktion mit mds. – komfortabel, schnell und fehlerfrei

Seite _03

Ausgezeichnet: ratioform mit Hauptkatalog unter den Besten

Seite _04

„Eine spannende Herausforderung für einen Dienstleister ...“

Seite _05/06

Maßgeschneiderte Übersetzung

Seite _07

Als Trumpf: Online-Editing

Seite _08

Unser Tipp: Weihnachten international

KATALOGPRODUKTION MIT MDS – KOMFORTABEL, SCHNELL UND FEHLERFREI

Die Münchner mds Medienservice Agentur Group hat die Katalogproduktion automatisiert, beschleunigt und fehlerresistent gemacht.

Markus Stadler ist die Gelassenheit in Person. Eine Katalogproduktion kann noch so komplex sein, ihn bringt nichts aus der Ruhe. Ungezählte Kataloge hat das Mitglied der Geschäftsleitung bei der mds Medienservice Agentur Group in München in den vergangenen Jahren operativ betreut – in verschiedenen Sprachen, zentimeterdick, als Teil- oder Kombikataloge, oft in kürzester Zeit. Er weiß, dass ein Katalog, den er produziert, immer perfekt gelingt, rechtzeitig fertig und beim Kunden ist. Das liegt vor allem an dem bewährten Team, das hinter Stadler steht – aber auch daran, dass mds vor rund acht Jahren ein effizientes Tool entwickelt hat, das die Katalogproduktion automatisiert, damit beschleunigt und fehlerresistenter macht. „Der entscheidende Fortschritt, den unsere Entwicklung bringt, ist, dass die sensiblen Daten, die unabdingbar zu einem Katalog gehören und hundertprozentig stimmen müssen – also Preise, Gerätetypen oder Leistungsparameter – nun nicht nur direkt aus der Warenwirtschaft oder dem Produktinformationsmanagementsystem des Kunden in das Kataloglayout einfließen können, sondern zudem – und das ist wirklich bahnbrechend – von unserem System absolut richtig interpretiert und verarbeitet werden“, erläutert Stadler. „Das gibt dem Kunden die große Sicherheit, dass sich keine Fehler einschleichen; außerdem sinkt der Produktionsaufwand deutlich.“

Akribische Vorbereitung

Das klingt zu abstrakt? Dann lohnt ein Blick in die Praxis: Auch für einen internationalen Kühlgerätehersteller im süddeutschen Raum produziert mds Kataloge, unter anderem für das Segment „freistehende Kühlschränke“. In diesem Herbst wünscht sich der Kunde einhergehend mit dem neuen Design der Geräte auch ein neues Layout für den Katalog. Den kreativen Basisentwurf dafür liefert die angestammte Werbeagentur. Die inhaltliche Befüllung jeder Katalogseite planen mds und die Marketingabteilung des Kunden gemeinsam. So weiß das mds-Team genau, welche Produkte und Informationen wo auf welcher Seite stehen sollen. Auf Basis des Werbeagenturentwurfs und des Seitenplans baut mds das Layout, inklusive der bereits vorhandenen Texte, etwa Produktbeschreibungen oder

Imagetexte. Außerdem werden auf den im Plan dafür vorgesehenen Seiten Standardvorlagen für Tabellen angelegt, in die später die beschriebenen sensiblen Daten, also die Produkt- und Leistungsdaten der Geräte, einfließen werden. Diese Templates sind das zentrale Element der Katalogproduktion. Sie nehmen die entscheidenden Informationen auf.

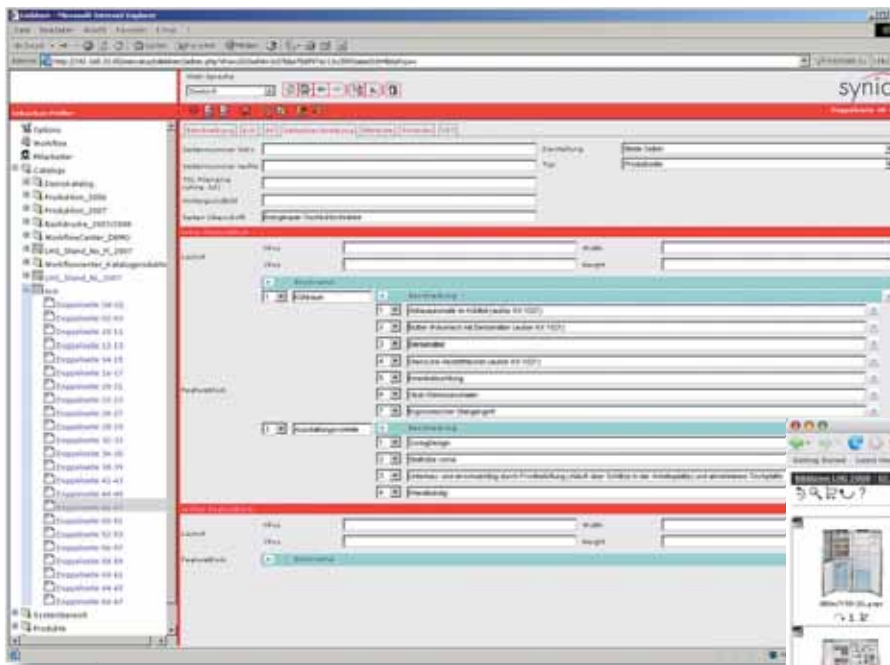
Komfortables Online-Editing

Soweit die Vorbereitungen. Danach stellt mds – selbstverständlich geschützt und nur via Passwort zugänglich – den vorbereiteten Katalog online. „So können der Kunde und andere Berechtigte jederzeit den Stand der Dinge mitverfolgen und durch die Möglichkeit des Online-Editings an der Produktion mitarbeiten, das heißt Texte im Layout bearbeiten; außerdem wird die Übersetzung der Kataloge wesentlich einfacher – doch das ist ein eigenes Thema“, erläutert Stadler. (Zur Übersetzung siehe Seite 05.)

Automatisierte Produktion

Dann geht es an die eigentliche Produktion. Hier steht vor allem die inhaltliche Befüllung der Standardvorlagen im Mittelpunkt. Und das erledigt eben das von mds entwickelte Tool – fast ohne menschliches Zutun und deshalb auf Dienstleisterseite gänzlich fehlerresistent. „Synic® ist eine Software, die im Kontext Katalogproduktion für die nötige Schnittstelle zwischen dem Warenwirtschaftssystem beziehungsweise dem Produktinformationsmanagementsystem unserer Kunden und unserem Layout sorgt.“ Der Kunde übergibt mds lediglich eine XML-Datei mit den Stammdaten; die wird von Synic® gelesen. Dann werden die Informationen ins Layout übertragen. „Synic® erkennt, welche Daten die Tabellenvorlage auf der entsprechenden Seite an welcher Stelle fordert und zieht sie korrekt ins Layout hinüber. Genau das ist der Clou des Systems: diese Interpretations- und Zuordnungsleistung“, erklärt Markus Stadler. Und da mds seit Jahren viel Erfahrung in der Katalogproduktion gesammelt hat, ist das Tool höchst praxisorientiert angelegt: Weil die Produktvielfalt der meisten Kunden sehr groß ist, zieht sich eine Produktdatentabelle natürlich über weit mehr als eine Katalogseite. „Deshalb generiert das System automatisch so viele weitere Seiten mit Tabellen, bis am Ende alle Produkte und Informationen untergebracht sind.“ →





Die Bilddaten für das PIM-System zur automatisierten Generierung zur Verfügung zu haben, ist ein Muss. Aber auch der Doppelnutzen, der sich dadurch ergibt, dass externe Beteiligte auf eine verschlagwortete

↓ Bilddatenbank zugreifen können, ist ein wertvoller Vorteil.



↑ Egal, ob Synic® als eigenständiges Produktinformationssystem genutzt oder mit einer Schnittstelle aus einem bestehenden PIM-System nur zur Produktion von Print- und Onlinederivaten verwendet wird: eine sprachabhängige Produkthanlage ist jederzeit möglich. *Beispiel Produkthanlage*

Fehlerfreie Umsetzung

Das klingt so einfach und ist doch richtungsweisend. Denn ohne Synic® würde die Katalogproduktion bei diesem Kunden erheblich länger dauern. „Es gibt andere Systeme, die die Daten auch direkt aus der Warenwirtschaft in den Katalog ziehen, aber was hat der Kunde davon, wenn die Daten dann nicht absolut richtig verarbeitet werden?“, fragt Stadler. Dann müssen die Mitarbeiter, die die internen Daten betreuen, anhand von langen Excel-Listen die in den Katalog eingeflossenen Informationen einzeln prüfen und per Hand korrigieren. Markus Stadler: „Die Fehlerquote ist unter diesen Umständen natürlich viel höher. Wie leicht kommt es zu Zahlendrehern, wenn viele detaillierte Informationen zu übertragen und zu checken sind, oder man verrutscht in der Zeile ... Mit Synic® spart man diese Zeit und diesen Aufwand einfach.“

Mehr noch: „Durch die automatische Übertragung erkennen wir sofort, wo im Warenwirtschaftssystem noch Angaben fehlen. Dann rufen wir in der Marketingabteilung an und weisen darauf hin, dass die Produktmanager die Daten noch nachliefern müssen. Synic® übernimmt für die Kunden damit mehr und mehr auch die Funktion eines wichtigen Kontrollinstruments.“ Stadler rekapituliert:

„Für ein Unternehmen ist eine gut gepflegte Warenwirtschaft ohnehin das A und O. Und sie ist auch die Basis für unsere Katalogproduktion. So ergibt sich eine positive Synergie.“ Und wenn etwas ausgewechselt werden muss, weil der Kunde noch Angaben nachliefert oder präzisiert, dann ist die Korrektur ebenso einfach wie die Erstübertragung der Daten: „Wir bekommen einfach nur eine neue XML-Datei und lassen die Daten neu einfließen.“ Ungern erinnert sich Stadler in diesem Zusammenhang an Vor-Synic®-Zeiten: „Grauhaft, diese umständlichen, sich lang hinziehenden und mehrfach zu wiederholenden Korrekturrunden! Damals mussten wir massenhaft PDFs hin- und herschicken, die dann mit den benötigten gelben, elektronischen Notizzetteln zurückkamen, von denen wir wiederum die Korrekturen händisch ins Layout übertragen haben.“ Stadler nickt zufrieden: „Heute geht das alles viel einfacher.“

Schneller Abschluss

So findet die Produktion zügig ihren Abschluss. „Wenn die Tabellendaten eingeflossen sind, ist der Löwenanteil der Arbeit erledigt. Die Marketingabteilung

checkt und korrigiert parallel die weiteren im Katalog befindlichen Texte – das geht durchs Online-Editing ohne großen Aufwand: Die Verantwortlichen klicken sich einfach ins Layout und tragen ihre Korrekturen ein. Dann schreiben wir ein PDF zur finalen Freigabe, bearbeiten Fotos und Layout abschließend – und schicken den Katalog in die Druckerei.“

Großes Kundenlob

Der Kunde freut sich sehr über diese reibungslose gemeinsame Produktion. „Seit 2003 arbeiten wir mit mds und deren Software Synic®, um unsere internationalen Kataloge zu erstellen. Die mds ist nach langer Suche und vielen Versuchen mit Dienstleistern der erste Partner, der unsere Daten vollständig interpretieren und folgerichtig in unseren Printmedien umsetzen kann“ erklärt der zuständige Projektmanager. Trotz der Lorbeeren tüfelt mds jedoch schon an der weiteren Verbesserung des Systems. Markus Stadler: „Es gibt immer etwas zu optimieren. Kataloge enthalten neben den Produktdaten noch eine Reihe weiterer standardisierter Elemente. Da lässt sich noch einiges mehr automatisieren ...“ ■



AUSGEZEICHNET: RATIOFORM MIT HAUPTKATALOG UNTER DEN BESTEN

Wenn die Kunden Preise gewinnen, freut sich auch der Leistungs-partner. Jetzt durfte mds mit dem Verpackungsversandhändler ratioform anstoßen.

Seit dem Jahr 2001 produziert mds bereits Kataloge für ratioform, den renommierten Versandhandel für Verpackungsmittel im bayerischen Pliening. Jetzt wurde – zur großen Freude beider Seiten – der ratioform-Hauptkatalog mit einem Preis ausgezeichnet. In der Kategorie B2B-Katalog des Jahres erzielte er den zweiten Platz. Der Preis wurde am 24. Oktober 2007 beim Deutschen Versandhandelskongress feierlich übergeben. Was die Juroren bei ratioform überzeugte, waren unter anderem die zielführende Navigation, das übersichtliche Bestellwesen und die klare Bild-Text-Zuordnung des Hauptkatalogs.

Großes Kompliment

„Wir sind wirklich sehr stolz, dass unser Kunde diesen Preis gewonnen hat“, sagt Sebastian Necker, Mitglied der Geschäftsleitung von mds. „Das ist für den Kunden eine tolle Bestätigung seines Konzepts und für uns eine große Anerkennung unserer Arbeit.“ Auch für ratioform ist es natürlich ein gutes Gefühl, vorne dabei zu sein.

Strategisches Instrument

Dass ratioform sich auch bei mds bedankt, kommt nicht von ungefähr. „Unser Ziel war eine automatisierte Erstellung von Katalogen. Diesem Ziel sind wir dank mds bis heute schon sehr nahegekommen.“ Geschäftsführer Michael Vollmer und sein Marketingservice-team, das bei ratioform für die Kataloge zuständig ist, sind sehr zufrieden mit dem Resultat der Zusammenarbeit. mds pflegt für ratioform das komplette Produktinformationsmanagementsystem und produziert dreimal im Jahr unterschiedlichste Kataloge mit insgesamt mehr als 3.000 Seiten in sechs Sprachen. Durch die automatisierte und damit beschleunigte sowie fehlerresistente Produktion kann

der Versandhändler sein Sortiment national wie international ganzjährig aktuell präsentieren. Die Kataloge stehen den 150.000 Geschäftskunden in ganz Europa



KATALOG DES JAHRES

stets in richtiger Form, mit richtigen Preisen und in der passenden Sprache zur Verfügung. Zudem werden die Daten der Kataloge von mds auch für den Onlineshop von ratioform verfügbar gemacht, der übrigens im gleichen Wettbewerb als bester B2B-Onlineshop ausgezeichnet wurde. ■

„EINE SPANNENDE HERAUSFORDERUNG FÜR EINEN DIENSTLEISTER ...“

Michael Brodschelm, Gründer und Geschäftsführer der mds Medienservice Agentur Group in München, erklärt, was die Katalogproduktion für ihn so spannend macht.



Herr Brodschelm, Katalogproduktion heute und vor zehn Jahren: Was hat sich verändert?

Eine ganze Menge. Schauen wir uns zunächst die Anforderungen an Kataloge an. Das Produktportfolio der Unternehmen verändert sich viel schneller, einige Adressaten der Kataloge brauchen vielleicht nicht alle Informationen, die Kataloge bedienen mehr denn je ausländische Märkte. Auf all das muss die Katalogplanung reagieren: Kataloge erscheinen heute öfter, als zielgruppenspezifischer Teilkatalog, in vielen verschiedenen Sprachen.

Das ist für einen Dienstleister eine spannende Herausforderung?

Unbedingt. Wir haben darauf reagiert, indem wir die Katalogproduktion weitgehend automatisiert abwickeln. Es ist noch gar nicht lange her, da mussten alle Katalogdaten noch händisch ins Layout eingetragen werden. Das hat Mitarbeiterkapazitäten gebunden und entsprechend viel Zeit und Geld gekostet. Außerdem ist ein solches händisches System natürlich sehr fehleranfällig.

Und wie hat mds die Katalogproduktion automatisiert?

Wir haben mit Synic® ein System entwickelt, das allgemein der Workflowoptimierung dient und bei der Katalogproduktion die spezifische Aufgabe hat, eine Schnittstelle zwischen der Warenwirtschaft oder dem Produktinformationsmanagementsystem des Kunden und unserem Layout zu schaffen und optimal zu übertragen. So können die Produktdaten automatisch und vor allen Dingen immer korrekt interpretiert zugeordnet in den Katalog übertragen werden. Das ist längst nicht selbstverständlich.

Eine Idee, die aus der Praxis geboren wurde ...

Ja, ich möchte an dieser Stelle betonen, dass mds kein Unternehmen ist, das Software entwickelt oder verkauft. Synic® schafft Schnittstellen zwischen verschiedenen Standardprogrammen und wird von uns während der operativen Produktion eingesetzt – und zwar individuell maßgeschneidert für das jeweilige Projekt. Deshalb können wir dieses Tool auch nicht verkaufen.

Sie sagten bereits, Synic® kann mehr als nur die Katalogproduktion optimieren?

Richtig. Synic® ist ein System, mit dem sich ein Workflow ganz neu, eben automatisierter aufsetzen lässt. Synic® sorgt für sicheres, medienneutrales und aktuelles Data Warehousing, Workflowoptimierung, Transparenz von Abläufen und Verantwortlichkeiten sowie für die Onlineverfügbarkeit der Daten.

Onlineverfügbarkeit – ein interessantes Stichwort.

Ja, das ist ein wichtiges operatives Moment: Wir stellen beispielsweise das Layout des Katalogs online, der Kunde erhält einen Zugangscode und kann dann den Produktionsprozess mitverfolgen, kann via Online-Editing ins Layout gehen und Texte bearbeiten. Zum anderen ist es selbstverständlich möglich, die Daten im Sinne des klassischen CrossMedia Publishing auch für Webshops und Ähnliches aufzubereiten.

Mit diesem System können Sie also längst nicht nur Kataloge produzieren?

Genau. Wir produzieren damit ganz unterschiedliche Medien der Unternehmenskommunikation – Print wie online. Auch Produkte, die inhaltlich viel individueller und weniger standardisiert sind als ein Katalog wie etwa Kunden- oder Mitarbeitermagazine. Auch die Produktion von Anzeigen oder Verpackungen lässt sich mit unserem System schnell und optimal realisieren.



MASSGESCHNEIDERTE ÜBERSETZUNG

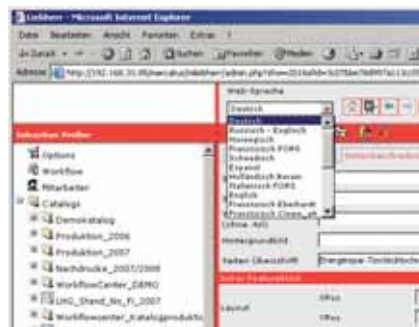
Die automatisierte Katalogproduktion von mds erleichtert auch die Übersetzung von Katalogen enorm. Unter anderem weil die Partner im Ausland aktiv mitwirken können.

Wenn sich bei dem internationalen Kühlgerätehersteller in Süddeutschland die Importeure aus dem Ausland treffen, dann ist in der Tat ganz Europa zu Gast: Franzosen, Italiener, Spanier, Griechen, Briten, Holländer, Polen, Tschechen, Russen, Dänen, Norweger oder Schweden sitzen Seite an Seite und diskutieren die Vorzüge der Kühlgeräte. Derzeit freuen sie sich nicht nur über das neue Design, höchste Umweltverträglichkeit und Multifunktionalität der freistehenden Kühlschränke, die sie verkaufen sollen, sondern auch über den dazugehörigen Katalog, den sie vertriebsunterstützend einsetzen werden. Und dabei geht es ihnen weniger um das chic, neue Layout – auch wenn es ihnen selbstverständlich gut gefällt. „Die Importeure können aktiv an der Katalogproduktion teilnehmen“, erläutert Markus Stadler, Mitglied der Geschäftsleitung bei mds in München. „Sie redigieren und bearbeiten die fremdsprachigen Texte im Layout, bis sie schließlich fertig sind – das erleichtert und beschleunigt die Produktion für alle Beteiligten, für uns als Leistungspartner, aber auch für den Kunden selbst“, erzählt Stadler, der für die automatisierte Katalogproduktion auf dem letzten Importeursmeeting viel Lob eingeheimst hat.

Große Sprachenvielfalt

Zu Recht. Denn das von mds eingesetzte System ist komfortabel und höchst praxisorientiert. Bevor die Importeure allerdings als Redakteure zum Einsatz kommen, leistet mds die nötige Vorarbeit. Markus Stadler erklärt: „Wir wickeln zunächst die Produktion für den deutschen Katalog ab. Sobald das Layout steht, die Produktdaten aus der Warenwirtschaft eingeflossen und alle weiteren Textelemente in den deutschen Katalog eingebracht sind, geht es an die Übersetzung.“ Diese wird parallel bereits von einem Übersetzungsbüro vorbereitet. Nur die mit der Warenwirtschaft verknüpften Produkttabellen sind für die Übersetzer tabu. „Hier funktioniert die Übersetzung automatisiert: Wir haben die einzelnen Kategorien und alles, was sonst in der Tabelle jenseits der

Zahlen in die Fremdsprache zu übertragen ist, bereits übersetzt vorliegen. Mit einem Mausklick auf den Befehl Französisch oder Tschechisch tauschen sich die Begriffe aus. Durch diese Automatismen können sich auch bei der Übersetzung keine Fehler in die Produktdaten einschleichen.“ Das Sahnehäubchen: „In manchen Sprachen sind die in diesem Zusammenhang benötigten Vokabeln ganz kurz, in anderen, wie etwa dem Finnischen, ganz lang, das heißt auch, dass die räumlichen Relationen in der Tabelle sich verschieben können, eventuell weniger Produkte auf eine Seite passen, weil die Wörter länger sind als in der ursprünglichen deutschen Version – diese Anpassungsprozesse und Neuausrichtungen übernimmt das System ganz automatisch.“ Kein Grafiker muss mehr Hand anlegen. Das System generiert auch hier automatisch so lange neue Seiten, bis alle Produkte in den Tabellen untergebracht sind – entsprechend dann auch mehr oder weniger Seiten als in der deutschen Ausgabe.



↑ Beispiel: Sprachauswahl

Intuitiver Umgang

Und dann kommen schließlich die Importeure ins Spiel. Das Layout wird für einen definierten Zeitraum online gestellt, und die ausländischen Partner



Werbefakten

Im Jahr 2006 waren 132.759 Menschen in Deutschland in der Werbegestaltung tätig.

Die deutschen Kommunikationsagenturen erwirtschafteten im Jahr 2007 4,2 Prozent mehr Umsatz als im Vorjahr.

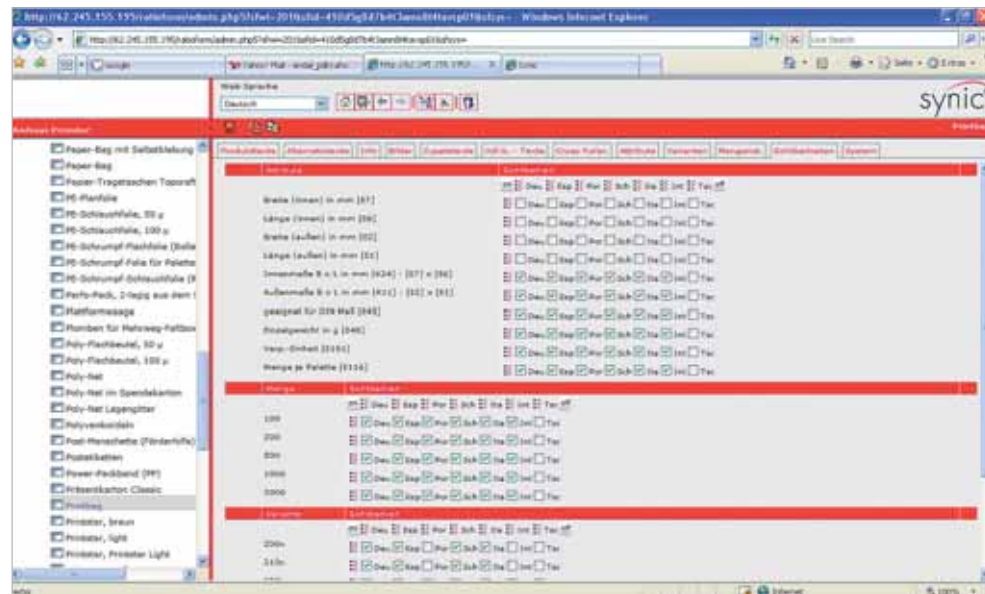
In der Onlinewerbung lag der Umsatz 2006 bei 903,1 Millionen Euro, das entspricht einem Zuwachs von 69 Prozent gegenüber dem Vorjahr.

erhalten über einen speziellen Zugangscode und ein Passwort Zugriff: „Die Texte stehen den Importeuren nun zur Kontrolle und freien Bearbeitung – zum Online-Editing – zur Verfügung. Nur die Tabellen sind für sie gesperrt.“ Das heißt, die Importeure checken die Übersetzung, und wenn ihnen etwas auffällt, was in ihrer jeweiligen Muttersprache nicht richtig klingt, wenn sie andere, landesspezifische Akzente bei den Produktbeschreibungen setzen möchten oder so etwas Banales wie falsche Trennungen entdecken, dann können sie das alles direkt im Editor verändern. „Das Ganze funktioniert nach dem WYSIWYG-System: What you see is what you get. Der Importeur klickt sich in den Text im Layout und kann ihn gleich bearbeiten“, erläutert Stadler. mds stellt ihm mit dem Onlinestellen den nötigen Zeichensatz zur Verfügung, der natürlich auch die Sonderzeichen der jeweiligen Sprachen enthält. Griechisch und Russisch sind als nicht lateinisch alphabetisierte

Sprachen ebenfalls im Bestand. Stadler: „Der Nutzer beherrscht dieses System intuitiv, es muss ihm nicht erklärt werden.“

Effiziente Lösung

Diese operative Umsetzung der Übersetzung hat auch für den Kunden viele Vorteile. Der beim Kunden zuständige Projektmanager: „Der WYSIWYG-Editor, über den unsere Landesimporteure ihre Kataloge mithilfe der selbsterklärenden, sehr effektiven und maßgeschneiderten mds-Lösung selbst redigieren können, spart uns und unseren Auslandspartnern etliche Korrekturschleifen, viel Geld und Nerven.“ So können die einzelnen Auslandsmärkte sprachlich und inhaltlich bestens bedient werden – ein elementarer Wettbewerbsvorteil für Unternehmen, die global agieren. ■



↑ Wir unterstützen UTF-8 und sind somit in der Lage, alle Sprachen dieser Welt darzustellen. In der Produktpflege unabhängig vom jeweiligen Landessortiment. *Beispiel: sprachabhängiges Sortiment*



ALS TRUMPF: ONLINE-EDITING

Mit der Kernkompetenz Prozessmanagement und dem Tool Syncic® bringt mds die vielfältigsten Medien der Unternehmenskommunikation komfortabel in den Druck.

„Wir positionieren uns als Spezialist für Prozessmanagement und Workflowoptimierung“, unterstreicht mds-Geschäftsführer Michael Brodschelm. Gerade in der automatisierten Katalogproduktion zeige sich beispielhaft und sehr konkret, wie viel Zeit, Geld und Mitarbeiterkapazitäten ein optimaler und automatisierter Workflow spare. „Der Clou an der Katalogproduktion ist zwar die Verknüpfung der Warenwirtschaft mit dem Layout“, betont Brodschelm. „Es soll aber darüber nicht untergehen, dass gerade auch das Onlinestellen der Layouts und damit die Möglichkeit des Online-Editings ein wesentliches Moment der Workflowoptimierung bildet. Denn gerade diese Option macht unser System auch für die Herstellung vieler anderer Werbemittel oder Medien der Unternehmenskommunikation höchst interessant.“

Bequemes Bearbeiten

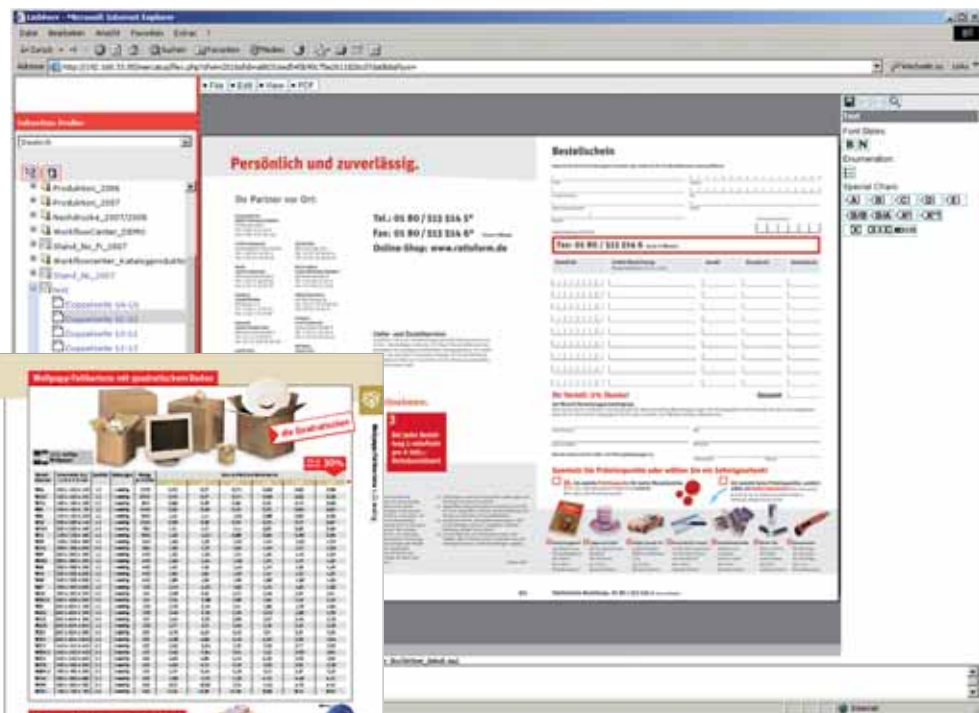
Beispiel Imagebroschüre: Das Layout wird von den Kreativen bei mds entworfen und nach Abstimmung mit dem Kunden gebaut, die von der Marketingabteilung oder freien Autoren gelieferten Texte sind eingeflossen, die Bildunterschriften gesetzt. Die Broschüre ist im Prinzip fertig. „Und nun geht es ans Feinjustieren“, erläutert Markus Stadler, Mitglied der Geschäftsleitung bei mds.

„Wenn wir das Layout online stellen, können die Verantwortlichen ganz eigenständig Veränderungen und Korrekturen vornehmen. Es können sogar mehrere Berechtigte gleichzeitig am Layout arbeiten und sich jeweils die Seite aufrufen, die sie bearbeiten wollen. Layoutmodifikationen erledigen natürlich unsere Grafiker, aber die Texte oder Bildunterschriften können sie in aller Ruhe selbst bearbeiten.“ Das übliche Hin und Her, das Korrekturphasen bei Printproduktionen auszeichnet, entfällt. „Zumal das System sehr komfortabel konzipiert ist. Der Benutzer muss nicht erst eine lange Bedienungsanleitung lesen, er versteht den Editor intuitiv.“ Und wenn der Mitarbeiter seine Gedanken nicht in der vom Layout vorgegebenen nötigen Kürze oder Länge formuliert bekommt, hat mds auch einen Redakteur oder Grafiker bei der Hand, der als Textchef die zu lang geratene Korrektur textlich wieder anpasst oder das Layout ändert. „Übrigens können, wenn gewünscht,

auch die Korrekturleser Zugang zum Online-Editing bekommen und die Broschüre dann orthografisch druckfertig machen.“

Vielseitige Anwendung

Ein weiterer operativer Vorteil zeigt sich, wenn die Imagebroschüre schließlich übersetzt wird: „Die Texte werden von den Übersetzungsbüros direkt ins Layout übersetzt, oder wir lassen die übersetzten Texte einfließen. Dann können sie von den Mitarbeitern an den ausländischen Standorten nicht nur Korrektur gelesen, sondern auch wiederum gleich redigiert werden“, erläutert Stadler. „Das funktioniert wie bei der Übersetzung der Kataloge.“ Und er denkt schon weiter: „Das operative Prinzip, das Syncic® mit dem Online-Editing ermöglicht, ist auf viele Produkte anwendbar. Auch auf komplexe oder sensible Einheiten wie Kunden- oder Mitarbeitermagazine, auf Verpackungen oder Anzeigen.“ ■



Alle Daten, die sich in Syncic® befinden, können nach individuell festzulegenden Regelwerken in Layoutprogramme generiert und deren Inhalte online editierbar gemacht werden. Ganz oder nur teilweise, je nach Anwendung und Bedürfnis.

- ↑ Beispiel oben: Online-Editing
- ← Beispiel links: Generierung



UNSER TIPP: WEIHNACHTEN INTERNATIONAL

Wissen Sie, wie Ihre Kollegen in Bangalore Weihnachten feiern? Oder die in Kopenhagen und Paris? Dann fragen Sie doch einfach mal nach!

Alle Jahre wieder – kommt Weihnachten schneller als gedacht und sorgt für Panik in den Unternehmen. Was schenken wir bloß den Kunden? Sind die Briefkarten bestellt? Haben wir die Weihnachtsgrüße auch schon in die Sprachen der neuen Filialen in Finnland und Lettland übersetzen lassen?

Diese Vorweihnachtspanik ist vergleichbar mit dem Chaos beim ersten Schnee. Auch der kommt (fast) jedes Jahr – man könnte meinen, die Stadtverwaltungen hätten mittlerweile genug Erfahrung, um gar nicht erst ein Chaos entstehen zu lassen. Aber nein, stundenlang liegt alles lahm. Ja, und mit Weihnachten ist das so ähnlich. Obwohl Weihnachten noch sicherer kommt als der erste Schnee – weil jedes Jahr garantiert am 24. Dezember. Dennoch ist jeder überrascht, wenn das Christkind bald vor der Tür steht.

Ist aber alles halb so schlimm, denn wir haben eine gute Idee für Sie! Welcher Kunde freut sich schon wirklich über die fünfte Flasche Champagner, den sechsten Kugelschreiber oder siebten

Kalender? Keiner. Ohne Ihnen zu nahe treten zu wollen ...

Eine schöne Geschichte hingegen liest jeder gern. Sie sind auch noch international aufgestellt? Warum sammeln Sie nicht die schönsten Weihnachtsbräuche aus aller Welt? Drucken Sie doch ein kleines Weihnachtsgeschichtenheft, hübsch illustriert, und legen ein Weihnachtsmitbringsel aus einem fernen Land hinzu. Fertig ist das Weihnachtspäsent. Und Sie bauen auch noch interkulturelle Brücken.

Denn wussten Sie beispielsweise, dass die Franzosen auf Tausende bunter Lichter auf den Straßen, Krippenumzüge und Trutzhahn mit Maronenschwören? Dass in Dänemark die Nissen, kleine freundliche Wichtel, bei der Verteilung der Geschenke helfen und dafür eine Schüssel Reisbrei erhalten? Dass die Inder sehr farbenfroh Weihnachten feiern, Bananenstauden oder Mangobäume als Weihnachtsbäume verwenden und kleine tönernen Öllämpchen auf die Mauersimse und flachen Dächer stellen? Dass

in Estland nichts ohne Besenreinen geht? Denn so vermeidet man, dass Hexen und Gnome in der Adventszeit ihren Schabernack treiben. Die können nämlich nur auf schmutzigen Besen durch die Luft fliegen! Oder dass in Mexiko symbolisch nach der Herberge gesucht und dann die mit Früchten gefüllte, tönernen Piñata gelehrt wird? Zu berichten gäbe es also genug.

Und wenn Weihnachten dieses Jahr wieder zu schnell kommt, dann erzählen Sie die Geschichten vielleicht im nächsten Jahr ... ■



Impressum

Ausgabe 02/2007

Herausgeber:
mds. Medienservice
Agentur Group GmbH
Perchtinger Straße 8–10
81379 München

www.mds.de.com

Redaktion:
imprime
corporate publishing
Perchtinger Straße 10
81379 München



mds.

Ihr Leistungspartner

Gerne sprechen wir mit Ihnen über unsere individuellen Projekte und Lösungen. Kommunikation und Prozessmanagement, Cross Media Publishing, Workflows, datenbankgestützte Herstellung Ihrer Publikationen.

Wir freuen uns über Ihren Kontakt. Für Ihre ganz persönliche Beratung wenden Sie sich bitte an Herrn Christian Leuthner, Telefon 0 89 / 74 73 44-62 oder eMail c.leuthner@mds.de.com.

mds. Medienservice Agentur Group GmbH
Perchtinger Straße 8–10
81379 München

www.mds.de.com

Perspektiven öffnen

Partnerschaft erleben

Mehrwert schaffen

