

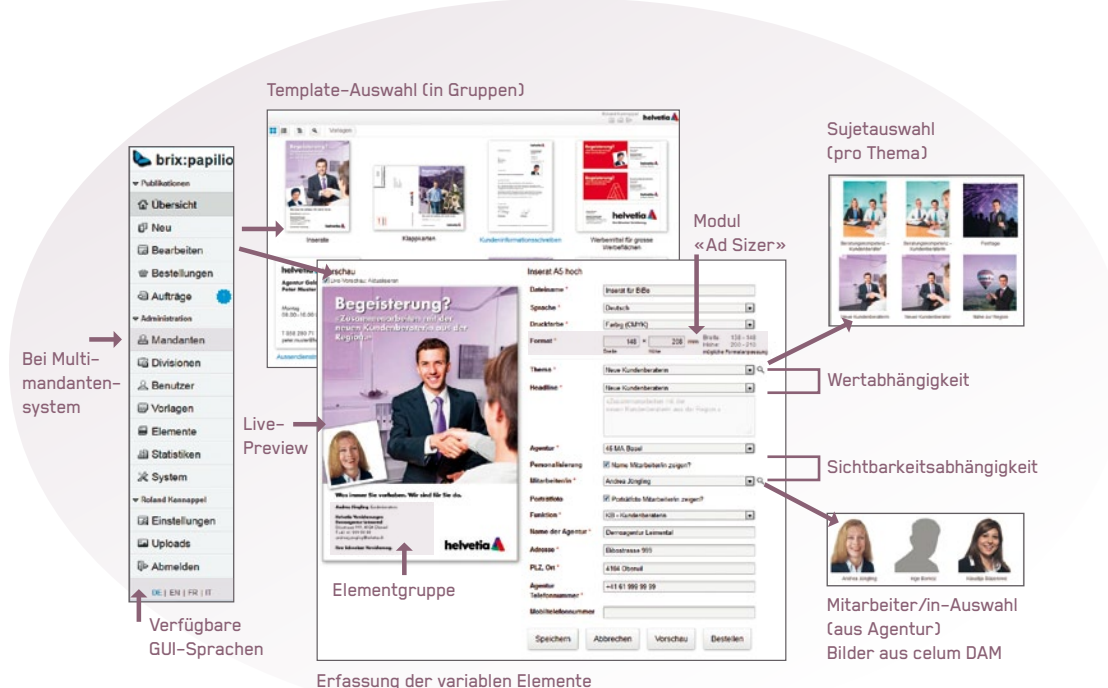
Individuelle Werbemittel auf Knopfdruck

■ brix cross media bedient grössere und kleinere Kunden mit modularen, kundenspezifisch anpassbaren Lösungen in den Bereichen Digital Asset Management (DAM) und Publishing. Dazu gehören auch Web-to-print-Systeme (W2P), welche ein Unternehmen bei der Produktion individueller Publikationen auf der Basis von vordefinierten Templates unterstützen. Die brix:papilio online publishing suite stellt sicher, dass Publikationen wie Geschäftsdrucksachen, Inserate, Plakate, Einladungen, Fact Sheets, Prospekte, Flyers und Broschüren entsprechend den in definierten Vorlagen vorgegebenen CI/CDs erstellt werden können.

32 Templates in drei Sprachen

Die W2P-Lösung kommt seit mehreren Jahren unter anderem bei der Schweizer Versicherungsgesellschaft Helvetia zum Einsatz. Per 1. Januar 2013 wurde zeitgleich mit der Planung für den neuen Helvetia-Auftritt unter dem Motto «Begeisterung?» brix:papilio einem kompletten Redesign unterzogen. Dabei wurde auch die Schnittstelle in das bei Helvetia eingesetzte DAM-System celum IMAGINE optimiert, sodass jede Geschäftsstelle ihre aktuellen Mitarbeiterporträts zur Verfügung hat.

Insgesamt 32 Templates werden dem Vertrieb in drei Sprachen zur Verfügung gestellt. Bei 26 Vor-



lagen kann die Bestellung des druckfertigen PDF in Minutenfrist vollautomatisch abgewickelt werden. Bei den restlichen sechs Werbemitteln (Teaminserate, Werbepostern, Textilbeschriftungen etc.) wird ein Auftrag an die interne Grafikabteilung ausgelöst. Diese lädt die fertig gestaltete Publikation in brix:papilio hoch, worauf der Besteller benachrichtigt wird und der Prozess analog zu den automatischen Bestellungen fortgesetzt werden kann. «Dank unserem Web-to-Print-Service mit brix:papilio werden sowohl die Helvetia-Marketing- als auch die Grafikabteilung massiv entlastet», sagt Edward Stauber, Leiter Brand Design & Graphic.

Die Lösung wird laufend optimiert

Dank einem Statistik-Modul sind detaillierte Auswertungen der W2P-Bestellungen möglich. Beispielsweise kann ermittelt werden, welche Sujets oder Themen in welchen Regionen und Sprachen wie häufig verwendet werden. Unter anderem basierend auf diesen Erkenntnissen kann Helvetia Versicherungen die Inhalte ständig

optimieren. Die Applikation wird von brix cross media permanent weiterentwickelt. So wurde in der Version 6.2 Ende April 2013 unter anderem ein Serienbrief-Modul entwickelt, das von Helvetia Versicherungen eifrig genutzt wird (125 Bestellungen «Kundeninformationsschreiben» von Mai 2013 bis Ende 2013).

Die Version 6.3 Mitte August brachte unter anderem das Modul «Online-PDFs» für alle, die nicht nur Printpublikationen produzieren wollen, sowie Erweiterungen des Moduls «flow layout» für alle Fälle, wo die Devise «Text vor Layout» gilt. Seit der Version 6.4 Mitte Dezember ist es zudem möglich, mehrere Personen in den Erstellungsprozess zu involvieren und die Statistik-Auswertungen wurden erweitert. Der nächste Release ist für Anfang Mai 2014 geplant und bringt unter anderem die Möglichkeit, QR-Codes dynamisch zu generieren und einzubinden.

Einführung ein voller Erfolg

Als Fazit kann festgehalten werden, dass die Einführung der brix:papilio online publishing suite bei Helvetia absolut erfolgreich verlief. Es werden nur noch Kommunikationsmittel gemäss CI/CD produziert und bei Änderungen kann wesentlich schneller reagiert werden. Ausserdem sind die Marketingverantwortlichen



jederzeit über die Aktivitäten der Geschäftsstellen informiert. Den Umgang mit dem System erlernten die Benutzer mithilfe des Anwenderhandbuchs innert kürzester Zeit ohne spezielle Schulung. «In 2013 erfolgten total 879 Bestellungen über unser W2P-System, davon 550 Inserate», sagt Roland Kannappel, CEO von brix cross media. «Die Bestellungen sind dabei ziemlich homogen über alle Schweizer Geschäftsstellen von Helvetia Versicherungen verteilt.»



Die brix:papilio online publishing suite ist EPOS-geprüft. Unter <http://papilio-demo.brix.ch> steht ein Demosystem bereit, bei dem sich interessierte Kunden registrieren können. brix cross media ist am Online Print Symposium 2014 von 15. bis 16. Mai in München als Partner und Aussteller dabei. ■



www.printsuite.ch



Ein A4-Inserat der Helvetia-Kampagne «Begeisterung?»