



«WIR SIND PROZESS- UND TECHNOLOGIE-GETRIEBEN, SCHNELL IN DER UMSETZUNG BEI GLEICHBLEIBEND HOHER QUALITÄT ZU ATTRAKTIVEN KONDITIONEN. DAS IST UNSERE MISSION», UMSCHREIBT ROBERT SCHNEIDER DIE KERN-KOMPETENZEN DER W&CO MEDIASERVICES MÜNCHEN GMBH, EINEN DER INNOVATIVSTEN MEDIENDIENSTLEISTER DEUTSCHLANDS.

Fotos: w&co

W&CO MEDIASERVICES MÜNCHEN EIN DISRUPTIVER ANSATZ ALS UNTERNEHMENSPHILOSOPHIE

«Gegründet wurden wir als Litho-Bude», sagt Robert Schneider, Geschäftsführer der w&co MediaServices München GmbH. Aber natürlich weiss er nur zu genau, dass das 1954 gegründete Unternehmen durch seinen permanenten Wandel und seine Anpassungsfähigkeit heute zu einem der modernsten und innovativsten Mediendienstleister in Deutschland zählt.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Als Mediendienstleister unterstützt w&co Kunden bei allen denkbaren Marketingmassnahmen im E-Commerce, in Print, Mobile Commerce und am Point of Sale – von der Konzeption und Kreation über die Fotografie und Medienproduktion bis hin zum Shop im Internet.

Bis weit in die 1980er Jahre war w&co aber tatsächlich eines der damals etablierten Repro-Studios für die Magazin- und Katalogherstellung für Verlage und den Versandhandel, ausgestattet mit millionenschweren EBV-Systemen für die elektronische Bildverarbeitung. Diese Klientel ist bis heute geblieben, wenn auch mit völlig anderer Ausrichtung. Das Know-how von w&co hat aber auch Industriekunden aus dem produzierenden Gewerbe wie der Automobilbranche, der Kosmetik- und Modeszene angezogen. So sind es bis heute die drei stärksten Kundensäulen, für die w&co mit seinen 100 Mitarbeitern in München und etwa weiteren 200 an einem eigenen Produktionsstandort in Bulgarien aktiv ist.

Einheitlicher Auftritt

Durch die Nähe zu Industriekunden entstand schon früh ein geradezu revolutionärer Gedanke: Warum sollten Kreativ-Agenturen neben dem eigentlichen Designkonzept auch ver-

schiedene Werbeformen und -formate realisieren? Vielen Kunden erschien das einfach zu teuer.

Also bot w&co diese Gestaltungsleistung, eben das Adaptieren eines Corporate Design, an und ging damit den ersten Schritt zum Fullservice-Anbieter. Und da die Globalisierung immer mehr auch die Internationalisierung von Werbemitteln erforderlich machte, folgte als nächster logischer Schritt ein Übersetzungs-Service. Für w&co ein cleverer Schachzug, denn mit dem aufkommenden E-Commerce wurde mehrsprachige Kommunikation geradezu unumgänglich. Gerade das Internet, Shops und andere Kommunikationskanäle machen im Sinne eines einheitlichen



DRUCKMARKT
impressions

**Neues
«aus den Kantonen»
gibt's auch im
Internet.**

www.druckmarkt-schweiz.ch



Rund 100 Mitarbeiter arbeiten in München bei w&co für Kunden aus Industrie, Handel und Verlagen.

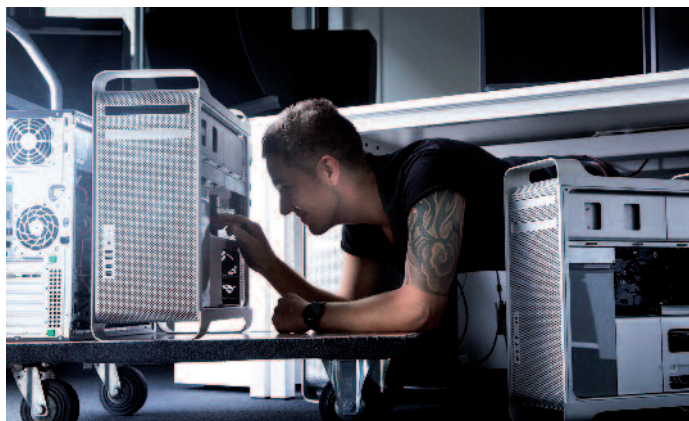
Unternehmensauftritts eine durchgehende Gestaltung, responsive Screen-Design und eine eigene Bildsprache notwendig. Für w&co Anlass genug, 2011 ein eigenes Fotostudio aufzubauen. «Aber nicht etwa um Kunst zu machen, sondern um die grosse Zahl an Abbildungen, die Kunden für ihre unterschiedlichen Anwendungen in Print und Online benötigen, möglichst standardisiert und schnell zu produzieren», stellt Robert Schneider klar.

Damit schloss sich der Kreis: w&co war wieder beim Bild und bildgebenden Arbeiten angelangt. Allerdings ist von Scannern & Co., die einstmals zum Kerngeschäft gehörten, heute weit und breit nichts mehr zu sehen. Stattdessen Rechner und Monitore so weit das Auge reicht. Das schon früh gesammelte Know-how in der Datenverarbeitung und seine IT-Kompetenzen bündelte w&co 2011

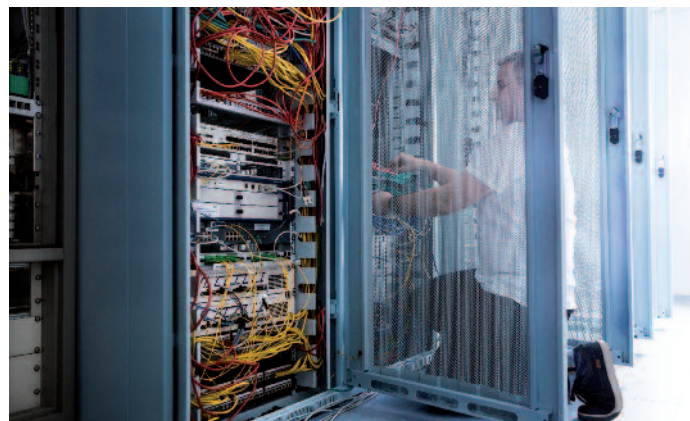
im eigenen Geschäftsbereich Medien IT und übernimmt seither auch die Implementierung umfangreicher Projekte im Digital Asset Management (DAM), Product Information Management (PIM) und Enterprise Content Management (ECM). Als zertifizierter Partner setzt w&co dabei auf Lösungen führender Software-Anbieter, integriert deren Produkte in komplexe Umgebungen und übernimmt dabei die Projektverantwortung von der Konzeption und Spezifikation über Konfiguration und Customizing bis hin zum Roll-Out und Betrieb.

Leuchtturm-Projekte

«Solche Leuchtturm-Projekte halten uns stets in Bewegung», bemerkt Robert Schneider und erinnert an die «blättern Kataloge» mit denen w&co einen Meilenstein bei (damals) CDs und auch im Internet setzte. ▶



Technologie und effiziente Workflows mit hohen Automatisierungskomponenten spielen bei w&co seit jeher eine herausragende Rolle



Hosting auf hoch verfügbaren und skalierbaren Server- und Storage-Lösungen, Betrieb und Support gehören zum Angebot der w&co Medien IT.

Damit einher ging auch der Aufbau von Datenbanken für Bilder, Texte und Grafiken, die längst auch von den Kunden mitgenutzt werden. «Dahinter steht ein ganz banaler Gedanke: Content einmal erstellen und mehrfach wieder- und weiterverwenden», führt Schneider aus. «Wir automatisieren Kommunikationsprozesse, um Zeit und Kosten zu sparen. Denn unsere Kunden müssen ihre Marketing-Spendings ständig erhöhen, um im transparenten Wettbewerb des Internet-Handels ihre bestehenden Umsätze wenigstens halten zu können. Das ist keine einfache Übung – vor allem, weil die Konsumenten heute erwarten, auf allen Kommunikationskanälen mit einer konsistenten Markenbotschaft angesprochen zu werden.

Und genau an dieser Stelle sind wir gefragt. Weil das Realisieren solcher Projekte nicht gerade die Kernkompetenz unserer Kunden ist.»

IT-Projekte sind heute stark nachgefragte Angebote von w&co, die Software-Individualentwicklungen plus Implementierungen beinhalten. Insbesondere im Bereich der Schnittstellen ist w&co stark. Aktuell wird gerade ein Connector für die Softproof-Lösung ES-5 von Dalim entwickelt.

Dalim meets Censhare

Die Dalim Software GmbH mit Sitz in Kehl bietet skalierbare Softwarelösungen für die Erstellung, Produktion und Verwaltung crossmedialer In-

halte. Im Zentrum des Portfolios stehen die modular aufgebauten Software-Engines Twist, Dialogue und ES (Enterprise Solution), aus denen sich spezialisierte Teamlösungen für die Medienproduktion zusammenstellen lassen. Flexibel konfigurierbare Schnittstellen erlauben die Integration in kundenbezogenen Anwendungen und die nahtlose Vernetzung mit Geschäftsprozessen.

w&co nutzt diese Eigenschaften, um daraus wiederum neue Lösungen zu schaffen, die an den individuellen Arbeitsablauf bei den Kunden angepasst werden können. «Denn die Prozesse sind bei jedem Kunden anders», führt Robert Schneider an.

Censhare ist ein führendes Product Information Management System, mit dem sich komplexe Kommunikationsstrukturen für Print, Online und Mobile aus einem zentralen System erstellen und steuern lassen. Das Censhare PIM verknüpft Produktstammdaten mit allen relevanten Informationen und Medien für die Produktion und Ausgabe, überprüft deren Vollständigkeit und bereitet den Freigabeprozess vor.

w&co verbindet dieses an sich schon gewaltige Werkzeug mit den spezifischen Stärken der Dalim Enterprise Solution zu einer neuen Plattform für die Medienproduktion. Die soll vor allem Sicherheit, schnelle Freigabezyklen und eine einfache Zusammenarbeit aller am Projekt beteiligten Personen ermöglichen.

Es werden alle Aktivitäten (intern oder extern) vom Entwurf bis zum

Druck koordiniert, einschliesslich der Einhaltung gesetzlicher Vorschriften, Lokalisierung und Versionierung. Das erhöht die Effizienz und Produktivität des Digital Asset Management und macht das Projektmanagement sowie die Überprüfung von Dateien noch einfacher und schneller.

«Wir nutzen die Systembausteine von Dalim schon sehr lange – im Rahmen der Medienherstellung für Print, für die Seitenproduktion von Katalogen und Zeitschriften und auch in Kombination mit anderen Systemen. Beim aktuellen Projekt verbinden wir eine PIM-Lösung mit der Softproof-Lösung ES von Dalim», erläutert Robert Schneider. Denn gerade der Dalim-Workflow zur Softproof-Abwicklung sei eine tragende Komponente, um Hardproofs, Kurierkosten und vor allen Dingen Zeit einzusparen.

Die Einbindung aller Prozessbeteiligten in einen transparenten Workflow beschleunige die Werbemittelproduktion signifikant. «Ein riesiger Vorteil, wenn auch über grössere Distanzen mehrere Korrekturläufe an nur einem einzigen Tag vorgenommen werden müssen», stellt Robert Schneider heraus.

Die Benutzer, vor allem namhafte Kunden aus Versandhandel, Handel, Industrie und der Markenartikel-Welt können ihre Kampagnen demnach als Ganzes verwalten und dabei alle Komponenten für den gewünschten Marketing-Mix erstellen.

Digitale Kette ohne Medienbruch

Beide Systeme sind inzwischen voll integriert. Letzte Bausteine waren der Ausgabeprozess und das Tracking für den Kunden. «Es ist eine gläserne Produktion mit automatischer Aufgabenverwaltung, die steuert, wer wann was machen muss samt Rollen- und Rechtevergabe. Eine vollständig digitale Kette ohne Medienbruch», schwärmt Robert Schneider.

Gerne hätte man solche Connectoren schon sehr viel früher umgesetzt, aber viele Software-Hersteller bieten erst seit kurzer Zeit API-Schnittstellen, mit denen sich deren Produkte in andere Systemlandschaften transparent integrieren lassen. Auch die Infrastruktur samt der Bandbreiten im Internet sind deutlich leistungsfähiger geworden und die zunehmende Bereitschaft zu Software-as-a-Service-Lösungen sowie zur Speicherung von Inhalten in der Cloud eröffnen viele neue Möglichkeiten der Integration. So bietet w&co seinen Kunden über eine eigene Software-Lösung beispielsweise den Transfer grosser Datenmengen aus der Location-Fotografie über den weltweiten und sehr leistungsfähigen Backbone von Amazon an.

«Mit unserer Tätigkeit als Integrator sind wir immer in einem heterogenen Technologie-Umfeld unterwegs. Deshalb verbinden wir die unterschiedlichsten Technologien zu ei—



w&co bietet sich auch bei der Content-Erstellung vom Foto über die Kreation bis zu SEO-Artikeltexten als Partner an.



Doch trotz aller Technik: Ohne Menschen und eine vertrauensvolle Kundenberatung geht auch in dem automatisiertesten Business nichts.

nem sinnvollen Grossen und Ganzen», konstatiert Schneider.

Marketing-Automation als Ziel

«Die Herausforderung der Digitalisierung für Industrie, Verlage und Handel ist gewaltig», weiss Schneider. Wo früher noch in Doppelseiten gedacht wurde, hat sich in den letzten Jahren auch auf Kundenseite ein Paradigmenwechsel zu einer produktzentrierten Strategie mit medienneutralen, zentral gespeicherten Inhalten und Automatismen zur Ausleitung in die verschiedenen, jeweils relevanten Kommunikationskanäle vollzogen.

«Es ist ein permanenter und fließender Prozess, für den wir aber heute schon effiziente Produktionen mithilfe automatisierter Freigabeprozesse, automatisierter Katalogseiten-Herstellung und automatisierter Shop-Aktualisierungen bieten.»

Es ist aber nicht alles nur Technik. «Die Kunden müssen auch die Bereitschaft mitbringen, Prozesse zu ändern, um von den jeweiligen Effekten profitieren zu können», sagt Robert Schneider. «Wir können dies unseren Kunden allerdings nur empfehlen – als Dienstleister aber nichts anordnen.»

w&co tritt seinen Kunden gegenüber als Generalunternehmer auf. «Statt viele einzelne, spezialisierte Dienstleister zu beauftragen, braucht er nur noch einen – und ist damit deutlich

schneller. Für uns bedeutet das aber auch mehr Verantwortung. Denn unser Leistungsversprechen müssen wir bedingungslos einhalten und tagtäglich leben und unter Beweis stellen. Wir koordinieren und automatisieren für unsere Kunden die verschiedensten Marketingaufgaben und nehmen ihnen so viel Arbeit ab», sagt Robert Schneider und räumt ein, dass sich die Kunden bei solch hoch komplexen Systemen schon in eine gewisse Abhängigkeit begeben. «Aber ist nicht auch jede Entscheidung für eine bestimmte Software eine gewisse Abhängigkeit?», fragt er. Der Kunde habe bei w&co dafür aber alle Vorteile einer auf Langfristigkeit angelegten Partnerschaft. «Es geht um «One Face to the Customer» und um fertige Pakete vom Konzept über den Content und die Veredelung bis zu Print, E-Commerce und andere Vertriebs- und Kommunikationswege. Keine Partnersuche, keine Schnittstellenprobleme – stattdessen liefern wir schlüsselfertige Lösungen – aus einer Hand», erläutert Schneider.

Prozess- und technologiegetrieben

Wenn man so will, erreicht w&co seine Leistungsfähigkeit durch standardisierte und hoch automatisierte Prozesse in der Medienproduktion. Vielleicht vergleichbar mit den Online-Druckereien, die dadurch Skalierungseffekte erreichen und durch das Volumengeschäft wirtschaftliche

Vorteile bieten können. Schnelligkeit und eine hochqualitative Ausführung von Aufträgen schliessen sich dabei nicht aus. «Wir sind prozess- und technologiegetrieben, schnell in der Umsetzung bei gleichbleibend hoher Qualität zu attraktiven Konditionen.

Das ist unsere Mission. Das hat schon einen gewissen disruptiven Ansatz», resümiert Robert Schneider.

- › www.w-co.de
- › www.dalim.com



Neuer Ansatz für medienneutrale Farbkommunikation

Crossmediale Farbe: Reine Glückssache?



pre2media

Schulungen für Publishing-Profis

pre2media gmbh
Postfach 158
Eichtalstrasse 54
CH-8634 Hombrechtikon

Neu im Kursprogramm



Tel. +41 (0)55 244 42 75
info@pre2media.ch
www.pre2media.ch