

Vorteile von PDF/VT.

- PDF/VT ist portabel. Es stellt einen verlässlichen Container für den **sicheren Austausch** von gültigem, grafisch gestaltetem und variablem Content bereit.
- PDF/VT nutzt in vollem Umfang das **PDF-Grafikmodell** für den Druck von grafisch anspruchsvollen und personalisierten Mitteilungen (etwa mit variablen Transparenzeffekten).
- PDF/VT erlaubt das **Zwischenspeichern** von wiederkehrenden Elementen in VDP-Jobs.
- PDF/VT kann mit Standard-Werkzeugen einem **Preflight** unterzogen werden.
- PDF/VT ermöglicht verlässliches **Proofing** sowie verteilte **Korrektur/Freigabe-Workflows** vor dem Druck. Dabei können bereits verfügbare PDF-Viewer verwendet werden, wie etwa der kostenlos erhältliche Adobe Reader.
- PDF/VT ermöglicht mithilfe von modernem, ICC-basiertem Colormangement **berechenbare Farbe** für VDP-Jobs.
- PDF/VT bietet eine robuste Metadaten-Infrastruktur für ausgeklügelte, **dynamische und feinabgestimmte Kontrollen** zur Laufzeit während der VDP-Produktion (wie zum Beispiel Filter, regelbasiertes Ausschließen, Audit Trail, Barcodes, Wiederanlauf vom Kontrollpunkt).
- PDF/VT ist geräteunabhängig und objektorientiert und erlaubt die **dynamische Wiederverwendung** von VDP-Jobs, sowie die Refaktorisierung oder Neuausrichtung auf verschiedene Druckmaschinen.
- PDF/VT unterstützt **Direkt-Marketing-Kampagnen** und verbessert die Handhabung von hochvolumigen Druckausgaben (zum Beispiel Transpromo).

Neue Gelegenheiten.

PDF/VT erfüllt auf besondere Art und Weise die Anforderungen an die Bereiche Job-Übertragbarkeit, Seitenunabhängigkeit und Geräteneutralität. Es eröffnet neue Möglichkeiten im Digitaldruck, indem es die Komplexität des VDP-Job-Aufbaus von den spezifischen Methoden der Druckproduktion abkoppelt. Indem PDF/VT den Ablauf vereinfacht, bringt es Vorteile für alle Beteiligten: Unternehmen, Händler, Designer und Druck-Profis.

Was kommt als nächstes?

PDF/VT wurde von führenden Hard- und Software-Anbietern aus dem Bereich Print- und Cross-Media-Lösungen öffentlich begrüßt. Die Erwartungen sind groß. Ganzheitliche PDF/VT-Workflows werden zum Ende 2011 erwartet und etwa 2014-15 die kritische Masse erreichen. Zu Beginn des Jahres 2011 bleibt PDF/VT allerdings noch eine unerprobte Technologie. Trendsetter der Branche (Anbieter, Agenturen, Printbuyer, Unternehmen, Druckereiunternehmen) können ein Zeitfenster nutzen, um herauszufinden, wie man das Potenzial von PDF/VT einsetzen kann, um die Qualität, die Wettbewerbsfähigkeit und die Produktivität zu verbessern und um die kommende Generation der Transpromo- und Marketing-Programme zu entwickeln.

Mehr erfahren

Zahlreiche Mitglieder der PDF Association tauschen sich im PDF/VT Competence Center fortlaufend über technische Entwicklungen und Markttrends aus. Werden Sie Mitglied der PDF Association, um von der geballten Expertise und dem Networking innerhalb des führenden PDF-Fachverbandes zu profitieren.

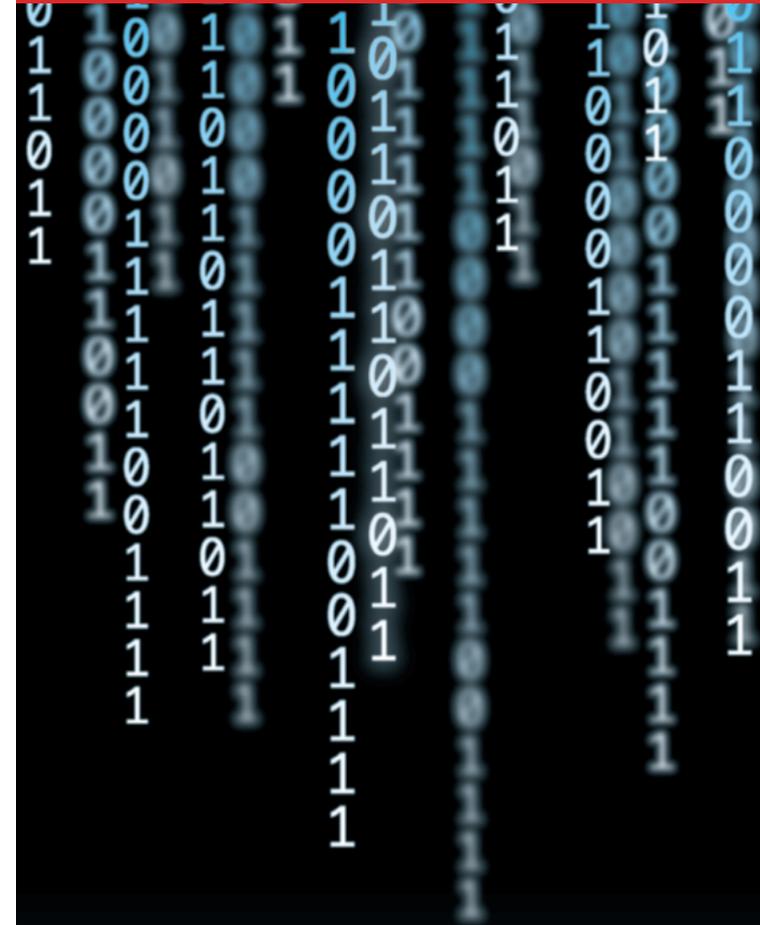


Association for Digital Document Standards e.V.
– PDF Association –
Neue Kantstraße 14
14057 Berlin

Tel: +49 (0)30 39 40 50-0 · Fax: +49 (0)30 39 40 50-99
Webseite: www.pdfa.org · E-Mail: info@pdfa.org · Sitz: Berlin
Amtsgericht: Berlin-Charlottenburg VR 26099 B · USt-IdNr.: DE251189066

PDF/VT

für den Personalisierten Druck



PDF Association · www.pdfa.org



Zeitgemäße VDP Anforderungen.

■ Printprodukte müssen heute mit Multimedia und Webseiten konkurrieren, mit E-Mails, Videos und Sozialen Netzwerken. Personalisierung allein im schwarzen Text auf farbigen Vor-drucken genügt nicht mehr. **Variabler Text** und/oder **Grafiken** und/oder **Bilder** müssen dem Profil der Zielgruppe angepasst werden (z. B. demografischer Hintergrund, Ort oder Kaufhistorie), um die empfundene Bedeutung für jeden einzelnen Empfänger zu **maximieren**. Personalisierte, visuell ansprechende Print-medien hinterlassen einen starken Eindruck, erzeugen einen spontane emotionalen Bezug und vertiefen die **Kundenbindung** (etwa über individualisierte Diagramme, personalisierte Bilder, grafische Umsetzungen des Kundennamens u.a.).

■ Effektvolle Designs wirken als Blickfang und überzeugen. Sie fördern die Aufgeschlossenheit für die Botschaft ... und bewirken höhere Antwortquoten. Deshalb sollten Agenturen, Finanzdienstleister und Handelsorganisationen in die Lage versetzt werden, ihre Botschaften mit anspruchsvoller Verwendung von Farbe und **aufwendigen grafischen Effekten**, wie etwa Transparenz, zu vermitteln.

■ Designs müssen vor der Produktion **geprüft und freigegeben** werden, zum Teil auch in globaler Zusammenarbeit über verteilte Standorte hinweg. Die endgültige Ausgabe muss den **Proofs** entsprechen, sowohl einem Softproof am Monitor als auch einem Hardcopy-Proof auf dem Papier.

■ Jobs sollten **online** eingereicht werden können, so einfach, wie das bei jeder anderen Art von Druckauftrag möglich ist.

■ Vor dem Beginn einer Druckproduktion sollten die Dateien einem elektronischen „**Preflight**“ unterzogen werden, um sie auf mögliche Probleme hin zu untersuchen. Es sollte möglich sein, kleinere Änderungen am Job auch in der letzten Minute durchzuführen oder sogar zu einem anderen Ausgabegerät zu wechseln, ohne wieder ganz von vorne beginnen zu müssen.

■ Farbe muss **vorhsehbar** sein und zu vergleichbaren Ergebnissen führen, auch wenn unterschiedliche Drucksystem für denselben Job verwendet werden.

■ Drucker müssen in der Lage sein, VDP-Produktionen zu **automatisieren** und die Durchführung **sicher und flexibel** zu verwalten.

■ Sachbearbeitern im **Call-Center** sollten eine verbindliche Darstellung des Druckerzeugnisses zur Ansicht zur Verfügung haben.

PDF/VT für den Personalisierten Druck

PDF/VT – ein internationaler Standard. Im August 2011 veröffentlichte die ISO (International Organization for Standardization) nach über dreijähriger, weltweiter Zusammenarbeit die PDF/VT-Norm, auch bekannt als ISO 16612-2. PDF/VT setzt auf dem Fundament des PDF-Grafikmodells auf, das in der Grafischen Industrie allgemein als das leistungsfähigste und robusteste angesehen wird. Optimiert auf die speziellen Gegebenheiten variabler (V) und transaktioneller (T) Workflows, adressiert PDF/VT auf effiziente Weise die Erfordernissen des modernen Variablen Datendrucks (oft als VDP – für Variable Data Printing – abgekürzt). **PDF/VT bringt alle bekannten Vorteile des PDF-Workflows in die Welt des Personalisierten Drucks.**

Ursprünge des Personalisierten Drucks. Personalisierte Bescheide haben sich seit ihren Anfängen mit dem einfachen Druck von Rechnungen enorm weiterentwickelt. In den 1960er Jahren wurden Kontoauszüge mit einfarbig schwarzem Text auf Nadeldruckern ausgegeben und in großer Anzahl an die Kontoinhaber versandt. Der technologische Fortschritt führte in den folgenden Dekaden zu einer Explosion an Informationen, welche für die Anwender oft überwältigend und aufmerksamkeitsraubend waren. Verkäufer und Finanzdienstleister suchten nach neuen Wegen und Möglichkeiten.

Direktmarketing. 1993, zum Beginn des Internet-Zeitalters, kamen die ersten Digitaldrucker auf den Markt. Sie waren in der Lage, mit jeder Trommelumdrehung ein anderes, neues Bild auszudrucken. Das Direktmarketing versprach, die Kunst der Werbung mit grafisch aufwendig gestaltetem, datengestütztem und zielgerichtetem Content zu revolutionieren. VDP bietet farbige Bilder und Grafiken und ermöglichte über die Jahre hinweg tausende erfolgreiche Kampagnen. Direct-Mail bewies, dass es möglich ist, den den ROI von Marketing Budgets zu messen und, durchaus auch dramatisch, zu steigern.

CRM & TransPromo. Inzwischen suchten Unternehmen nach Wegen, um Kundendaten zu nutzen, und – durch optimiertes CRM – die Kundenbeziehung zu verbessern.

Monatliche Rechnungen wurden im wachsenden Netz der Medienkanäle als wichtige Kontaktmöglichkeit zum Kunden erkannt, die eine hohe Aufmerksamkeit und Marktbedeutung garantieren. Das „Transpromo“-Konzept versprach Rechnungen durch werbliche Up-Sell- und Cross-Sell-Botschaften weiter aufzuwerten, indem sie für den Empfänger personalisiert wurden. Auf Technologie-Seite verbesserten sich Qualität und Kosteneffizienz der Digitaldruckmaschinen fortwährend. Doch fast zwei Jahrzehnte nach der Einführung der ersten Digitaldruckmaschine sind nur zehn Prozent der digital gedruckten Farbseiten personalisiert. **Die Versprechen von VDP und Transpromo haben sich noch nicht erfüllt.**

Herausforderungen. Es ist zunehmend schwierig, die neuesten Erfordernisse des Personalisierten Drucks in Gänze mit herkömmlichen Lösungskonzepten zu erreichen. Die Print-Workflows aus dem nicht-personalisierten Bereich haben viele Aufgaben durch den Einsatz von PDF-Vorlagen in linearen PDF-Workflows vor Jahren gelöst (etwa basierend auf dem PDF/X-Standard). Doch hier liegt VDP zurück. Ein Teil des Problems liegt in der Aufgabe, die nicht-variablen (wiederkehrenden) Elemente in einem variablen Job zwischenspeichern, um eine redundante Verarbeitung zur Zeit des Drucks zu vermeiden, damit eine Digitaldruckmaschine mit der nominellen Geschwindigkeit angetrieben werden kann. Formate und Konzepte verschiedener Art, standardisiert oder proprietär, kamen auf, um dieser Anforderung zu begegnen.

Jede Programmiersprache ist spezialisiert, mit Stärken und Schwächen in Bezug auf verschiedenen Job-Arten und Workflows. Dennoch beruhen viele von ihnen auf PostScript, einem 27 Jahre alten Grafikmodell, das weder Transparenzen noch modernes Farbmanagement unterstützt. Diese spezialisierten VDP-Sprachen sind für jeden unverständlich, außer für die Experten. Ihre Dateien können nicht einfach so betrachtet, verteilt, geproof, online eingereicht oder geprüft werden. Sie unterstützen nicht den „blind exchange“, das heißt, sie nicht vollständig eigenständig (self-contained) und nicht unabhängig von einem bestimmten Ausgabegerät.