

JTI und PAS Media: 10.000 Verpackungslayouts weltweit im Griff

Artwork Jonglage

Ein Kiosk in Rio. Die diesige Luft lässt die unzähligen Farben flirren. Zigarettenmarken erscheinen hier noch in voller Designpracht, ungestört von Warnhinweisen. Die befinden sich in Brasilien auf der Rückseite der Schachteln, dafür dann aber ganzseitig mit Foto-motiven und Textfeldern. Das erinnert an Singapur, letztes Jahr. Selbe Marke, ähnliche Fotos, doch prangen diese auf der Packungsfront. Kein leichtes Unterfangen, im Packungsdesign den gesetzlichen Vorgaben gerecht zu werden. Erst recht nicht, wenn man bekannte Marken weltweit vertreibt – und jedes Land seine eigenen Auflagen macht.

10.000 Layouts kommen so locker im Jahr zusammen. Zumindest wenn man wie Japan Tobacco International (JTI) drittgrößter Zigarettenhersteller der Welt ist und rund 350 Marken in insgesamt 250 Märkten vertreibt. Noch vor einem Jahr waren es nur halb so viele Artworks. Doch mit der Übernahme des Wettbewerbers Gallaher schnellte der Packagingbedarf 2007 in die Höhe und es war klar: Die klassische Gut-zum-Druck-Freigabe mittels PDF und Mail ist zu zeitauf-

wendig, unflexibel und birgt zu viele Fehlerquellen. Ein Workflow-Tool sollte für zeitliche und geographische Unabhängigkeit im weltweiten Artwork Management sorgen. Über einen der Prepress-Partner von JTI entstand der Kontakt mit PAS Media, deren



webbasiertes Management-Tool allen Anforderungen gerecht wurde: global rund um die Uhr erreichbar, einfach zu bedienen, externe Dienstleister lassen sich über entsprechende Zugangsberechtigungen integrieren. Thorsten Schudeja und Dorothe Gencer, beide Technical Printing Project Manager bei JTI, haben die Einführung von PAS Media beim Zigarettenhersteller betreut. „Ich bin positiv überrascht“, gesteht Schudeja. „Ich hätte nicht gedacht, dass es sich so reibungslos integrieren lassen würde.“

In nur drei Monaten war das PAS-Media-System für JTI eingerichtet. Dafür entstand

eigens eine neue Schnittstelle, über die JTI auch ohne SAP – auf das PAS Media üblicherweise ausgerichtet ist – an das System andocken kann. Seit Januar wird PAS Media für den kompletten Verpackungsbedarf genutzt: Zigaretenschachteln, Tabakbeutel, Tabakdosen, Papierwickel, alles weltweit für alle Marken. „Hatte zuvor jeder Projektbeteiligte seine eigene Umsetzungsweise, gibt PAS Media nun die Projektstruktur vor, an die sich alle gleichermaßen halten“, sagt Dorothe Gencer.

„Alle Verantwortlichen sind von Anfang an involviert und können das gesamte Projekt verfolgen.“ Und – das ist neu – JTI externe Artwork Supplier (fünf an der Zahl) erstellen mit Hilfe des transparenten Systems ihre Abrechnungen.

Die Akzeptanz von PAS Media ist hoch bei JTI, das bestätigen Thorsten Schudeja und Dorothe Gencer für die insgesamt rund 400 PAS-Media-User bei JTI. Und täglich werden es mehr.

 www.jti.com
www.pas-media.ch

So läuft PAS Media

- Projekt aufsetzen
- Artwork Supplier spielen Grafikdaten auf Webserver
- Gut-zum-Druck durchläuft Abstimmung beim Kunden, gesteuert durch systemeigene Terminkontrolle und Dokumentation der Korrekturen
- Freigabe löst Druckauftrag aus
- Grafikdaten werden archiviert und stehen bei Neuaufgabe direkt wieder zur Verfügung



Always in the Picture

JTI and PAS Media: 10,000 Package Layouts Worldwide Under Control



How PAS Media Works

- A project is created.
- Artwork suppliers upload graphic files to the Web servers.
- The approval process at the client is structured by system-managed time checks and documentation of changes.
- Approval generates a print job.
- The graphical data is archived and can be instantly retrieved for new editions or projects later.

■ A kiosk in Rio. The air makes the myriad colors dance. Here in Brazil, cigarette packages are designed for full frontal advertising impact, undiminished by warning messages – those are relegated to the back, although they cover it entirely with photographs and text. It's somehow reminiscent of Singapore last year – the same brand, similar pictures, but across the front. It isn't easy to design packages that meet legal requirements. Especially when it's about marketing well-known brands around the world – and every country has different rules.

Ten thousand layouts can easily accumulate over the course of a year – at least, they can if you're Japan Tobacco International (JTI), the world's third-largest cigarette producer, which sells around 350 brands in an impressive 250 markets. Just a year ago, only half as much artwork was generated. But after the company took over a competitor, Gallaher, in 2007 its packaging requirements skyrocketed, leaving no doubt that the old-fashioned approach of

getting designs approved for printing by e-mailing PDFs was simply too time-consuming, inflexible and error-prone. A workflow tool was needed that would enable seamless global artwork management, across borders and time zones. One of JTI's prepress partners got them into touch with PAS Media, whose Web-based management tool fit the bill perfectly: available around the clock, easy to use, and external service providers can be integrated and provided with access privileges. Thorsten Schudeja and Dorothe Gencer, both technical printing project managers at JTI, supervised the implementation of PAS Media at their company. "I'm pleasantly surprised," says Schudeja. "I didn't think the system could be integrated so smoothly."

It took only three months to get the PAS Media system up and running for JTI. To accomplish this, a new interface was created to let JTI log onto the system without SAP, for which PAS Media was originally developed. Since January the system has been used for all of the company's packaging requirements:

cigarette packs, tobacco pouches and cans, paper wraps, everything for all brands worldwide. Every project member used to have their own approach, but now PAS Media dictates a project structure that everyone has to adhere to," says Gencer. "All of the responsible people are involved from the outset and can monitor the entire project from start to finish." In addition – which is new – JTI's five external artwork suppliers using the transparent system to draw up their invoices. PAS Media has been quickly and wholeheartedly embraced at JTI, as Schudeja and Gencer confirm for the 400 employees now using it there. And their number is growing daily.



Dorothe Gencer



Thorsten Schudeja