

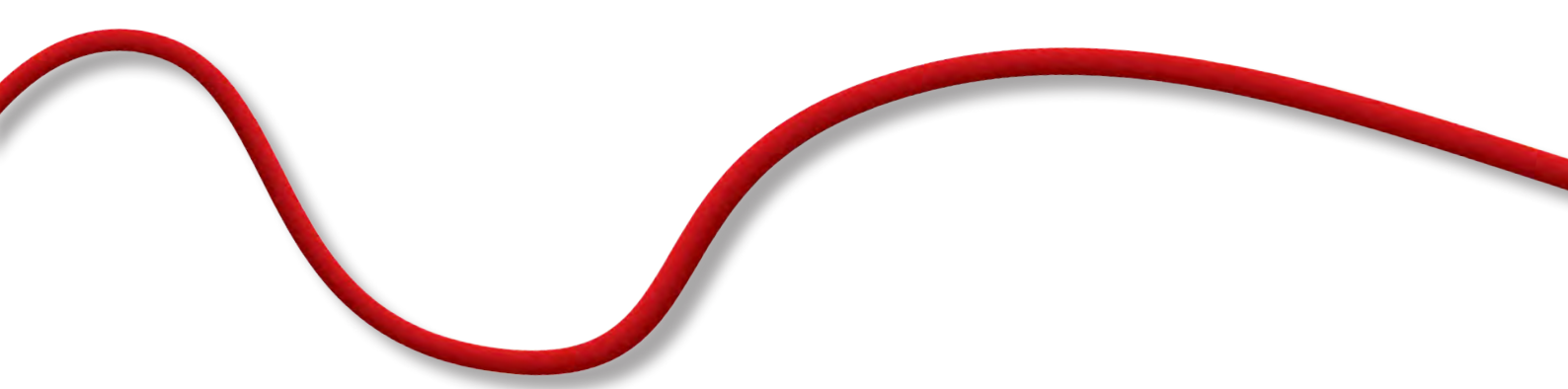
A&FT.I.M.E.

Das Kundenmagazin der A&F Computersysteme AG

Tech
Insight
Market
Education



AUSGABE 02
JUNI 2015



Die A&F Computersysteme AG setzt auf individuelle, skalierbare Systeme und bringt die innovativsten Technologien branchenübergreifend zu den Kunden. Der führende europäische Systemintegrator verhilft Unternehmen, komplexe digitale Ansprüche zu erfüllen und dabei verschiedenste Ausgabekanäle zu bedienen.

A&F Computersysteme AG

Sandgruebstrasse 4
CH-6210 Sursee

Telefon +41 41 925 71 11

Telefax +41 41 925 71 22

info@a-f.ch

www.a-f.ch

**«Sie konzentrieren sich auf die Inhalte
und wir kümmern uns um die passende Lösung!»**



Liebe Leserin, lieber Leser



«Das Leben ist kein Ponyhof.»

Ein kluger Mensch hat einmal gesagt: «Das Leben ist kein Ponyhof.» Wie wahr, im Speziellen für die publizierende Industrie: struk-

turelle Bereinigungen, Sinnfragen und tief greifende Umstrukturierungen, dazu vor allem der allgegenwärtige wirtschaftliche Druck. Da macht es richtig Mut, wenn man Firmen sieht wie Somedia, die in der heutigen Zeit einen grossen Schritt nach vorne wagen, an die Zukunft glauben und ein Medienhaus aufstellen, das seinesgleichen sucht. Ich durfte das beeindruckende Bauwerk mit einem der wohl fortschrittlichsten Newsrooms besuchen und ich war tief beeindruckt. Es freut mich sehr, dass wir von A&F unseren Beitrag zu diesem Erfolg leisten durften.

Ein innovatives Projekt konnten wir auch bei Impress Spiegel umsetzen: Chili als Motor einer B2B- und B2C-Shop-Umgebung. Und besonders stolz sind wir darauf, als Hoflieferant eines der grössten Familienunternehmen von Deutschland (ca. 82 000 Mitarbeiter), bei der Schaeffler-Gruppe, den Weg in ein neues Zeitalter für die hausinternen Publikationen mit WoodWing Enterprise und Elvis begleiten zu dürfen.

Das Leben ist kein Ponyhof, aber es birgt nach wie vor viele Chancen und Möglichkeiten, welche uns bei A&F täglich bestätigen, auf dem richtigen Weg zu sein. Deshalb ist bei uns auch immer mindestens ein Team im Markt unterwegs und hält Ausschau nach vielversprechenden neuen Lösungen und spricht mit unseren Kunden über deren Wünsche und Anforderungen. Es dauert zwar jeweils sehr lange, bis wir uns für ein Produkt entscheiden, wenn es dann aber da ist, stehen wir zu hundert Prozent dahinter.

So sind wir überzeugt, mit D-Share und Viva unser Portfolio optimal zu ergänzen. Eine Riesenfreude bereitet uns auch unsere Community Cloud im Rechenzentrum Green. Unser Angebot speziell für die publizierende Industrie hat sich in der Zwischenzeit zu einem unglaublichen Erfolg entwickelt. Wir beherbergen auf

unseren Infrastrukturen in Lupfig Mediendienstleister, Verlage, Corporate Publisher und Agenturen. Ein Zukunftsmodell, das weiter Schule machen wird. Ich glaube nach wie vor fest daran, dass in der Zukunft das Angebot aus der Cloud immer wichtiger werden wird. Auch da können Sie auf A&F als verlässlichen Partner zählen. ■

Inhalt

03 EDITORIAL

04 D-SHARE: DIGITAL PUBLISHING

06 VIVA: DESKTOP & WEB PUBLISHING

08 SCHAEFFLER-GRUPPE

11 SOMEDIA

14 SMART TRANSLATION TOOL

16 KURZ & BÜNDIG

18 IMPRESS SPIEGEL

20 ADOBE

22 APPLE MACINTOSH

24 EMC

26 A&F COMMUNITY CLOUD

28 A&F INTERN: HOTLINE

30 MONITORING

Multimedial medienübergreifend



Medienübergreifend und multimedial zu publizieren, die Interaktion mit den Kunden auf digitalem Wege zu fördern und dabei effizient zu arbeiten, gehört in vielen Unternehmen zu den Marketingzielen. Die Digital-Publishing-Lösungen von D-Share helfen den Verantwortlichen, genau diese Ziele zu erreichen.

Multimedial aufs iPad oder Samsung Galaxy, auf Facebook, Twitter oder LinkedIn

Mit dem Kundenmagazin als App aufs iPhone, mit dem Prospekt als Blätterkatalog auf die Website oder in Echtzeit die Tweets der Konkurrenz überwachen und die eigenen optimieren: Mit D-Share werden (multimediale) Inhalte fit für die digitale Publikation und Kommunikation.

Komplettlösungen für Multi Channel und Digital Publishing

Kern der Technologie ist das Kolumbus Digital CMS. Die D-Share Mobile Suite und die Oktopus Engagement Tools stellen daneben eine breite Palette an Werkzeugen für Tablet- und Mobile-Publishing sowie Interaktion und Kommunikation auf Social Media zur Verfügung. D-Share bietet Unternehmen Wege, ihre Multi-Channel- und Digital-Publishing-Aktivitäten je nach gesteckten Zielen mit einer Gesamtlösung oder spezifisch mit einzelnen Tools abzudecken.

Mit Kolumbus die digitalen Kanäle erobern

Das innovative Content Management System Kolumbus CMS ist spezifisch für die Erstellung und Verbreitung von digitalen Informationen entwickelt worden. Es ist sowohl ein Multi-Channel- als auch ein Multi-

Produkt-CMS. Zukunftsweisende Bearbeitungswerkzeuge verhelfen unter anderem, Inhalte in Echtzeit optimal für Suchmaschinen aufzubereiten oder Veröffentlichungen auf Social Media direkt aus dem System zu steuern. Alle Funktionen sind auf einen News-room-Workflow ausgerichtet und auf die Bedürfnisse und Anforderungen von Publishern optimiert.

Mit Kaboto die Anwender organisieren

Bestehend aus drei Modulen (Benutzer, Produkt und Geräteverwaltung), dient Kaboto der Verwaltung von Benutzern auf mehreren Plattformen. Die Lösung kann problemlos in bestehende Systeme integriert werden. Dadurch lässt sich beispielsweise mit nur wenig Aufwand eine Paywall aufsetzen.

Mit dem Edition Producer jeden Ausgabekanal bedienen

Als Stand-Alone-Produkt in der Cloud oder als Software as a Service (SaaS) werden mit dem Kolumbus Edition Producer Inhalte erstellt und verteilt. Diese werden im Tool auf den Ausgabekanal oder das Endgerät angepasst und direkt darauf ausgespielt. Durch Templates kann dies hochautomatisiert oder mittels Import aus Drittsystemen für jeden Ausgabekanal im WYSIWYG-Modus verlaufen.



Mit der Mobile Suite die Tablet und Smartphone Apps beliefern

Geräte mit Apple iOS, Android, Kindle und Windows 8 in Echtzeit und gleichzeitig zu bewirtschaften, wird durch eine breite Palette an End-to-End-Lösungen möglich. Diese werden eigens entwickelt, entweder als «Replika» (digitale Nachbildung von Druckerzeugnissen), «Custom App» oder als hybride App mit statischen Inhalten und dynamischem HTML5, wobei Apples In-App Purchase oder Googles In-App Billing bei Bedarf angebunden werden kann. Dazu gestattet die Architektur der Mobile Suite eine einfache Integration mit Redaktionssystemen (z.B. Woodwing) sowie die vollständige Anpassung von Schnittstellen, Funktionen und Widgets.

«In our first year of publishing, we have established the voice of Huffington magazine as a destination where our readers can lean back and enjoy the best of The Huffington Post. As we move forward with the magazine, publishing with D-Share allows us to extend our reach across more devices to connect with more readers with an app that is faster and more dynamic.»

Josh Klenert, Vice President of Design and User Experience for
The Huffington Post Media Group.

Mit Oktopus nach Followern greifen

Ein Werkzeugkasten, geschaffen für Social-Media-Redaktoren, Marketingmanager und Webverantwortliche. Sie interagieren mit ihrem Publikum auf Facebook, kommunizieren gleichzeitig auf XING, LinkedIn und Google+, analysieren die Newslage der Konkurrenz, verfolgen in Echtzeit die Trendthemen auf Twitter und optimieren sogleich ihre Tweets. Die Oktopus Digital Audience Engagement Tools sind spezifisch auf das Social Media Marketing ausgerichtet. Multi-medial aufs iPad oder Samsung Galaxy, auf Facebook, Twitter oder LinkedIn. ■

d=share

D-Share, mit Niederlassungen in Mailand, Bari und New York, stellt Softwarelösungen und Dienstleistungen für die publizierende Industrie bereit. Das Unternehmen agiert weltweit und kann auf Kunden wie The Huffington Post Media Group, Gruppo Editoriale L'Espresso, Il Sole 24 Ore, The Walt Disney Company, The McClatchy Newspapers, The Irish News oder Investors Business Daily verweisen.

VIVA II

(Corporate) Publishing!

Agenturen, Mediendienstleister, Druckereien und Corporate Publisher wollen ihre Publikationsprozesse vereinfachen, optimieren und sicherer gestalten. Die Firma VIVA bietet dafür ein verblüffend simples und dennoch umfassendes Produkt an.

Eine einfache und bezahlbare Lösung, die sämtliche grafischen Optionen eines professionellen Layoutprogramms beherrscht, sich aber den Kenntnissen der Benutzer anpasst und sich sowohl auf dem Desktop als auch im Web bedienen lässt: Das verspricht VIVA mit dem VivaDesigner.

An der Quelle angesetzt

Die Zusammenarbeit zwischen Agenturen, Dienstleistern, Druckereien, Redakteuren und ihren Endkunden verläuft oft noch nicht geschmeidig. Auf der einen Seite stehen Layout- sowie Bildprofis, während sich auf der anderen Seite Fachkräfte aus Unternehmen oder Marketingabteilungen finden. Am Produktionsprozess sind beide beteiligt. Erstere liefern ausgefeilte Vorlagen und Letztere wissen exakt über den Inhalt Bescheid, verfügen selber aber meist «nur» über Word- oder Fotobuchkenntnis. Genau da setzt der VivaDesigner für Desktop und Web an.

Fliessend zwischen Benutzern

Der VivaDesigner ermöglicht ein globales, plattformübergreifendes und webbasiertes Erstellen und Bearbeiten von Dokumenten. Dabei wird er den Ansprüchen und Fähigkeiten eines Profis genauso gerecht wie denjenigen eines Laien.

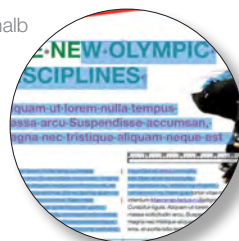
Dem Grafiker einerseits stehen sämtliche Funktionen und Elemente für die Gestaltung eines aufwendigen Layouts zur Verfügung: vom optischen Randausgleich und Stilvorlagen über verknüpfte Formen bis hin zum Umfließen von Text. Mit nur wenigen Mausklicks kann er eine komplexe Layoutdatei auf dem Desktop und/oder im Web bereitstellen. Er kann dafür auch ein bestehendes InDesign-Dokument übernehmen, ohne die Dokumentstruktur ändern oder komplizierte Konvertierungen vornehmen zu müssen. Seine Dokumente und den definierten Funktionsumfang schützt der Grafiker mit einem individuellen Passwort oder den rollenbezogenen Rechten im Web – so ist sein Layout sicher. Der Geschäftsanwender andererseits bekommt

Im «neutralen VIVA-Design» fühlt sich das Programm auf dem Desktop oder im Web wie eine Fontbucheinwendung an, obwohl der Anwender ein professionelles Satz- und Layoutprogramm bedient.



Der VivaDesigner zeigt optional neben dem Beschneidungspfad auch den Alphakanal für die Transparenz an (rote Fläche).

Texte editieren wie in Word: Der Text innerhalb eines Textrahmens kann mehrere Spalten haben und Korrekturen werden mit der Änderungsverfolgung vorgenommen.



eine ihm bekannte Oberfläche zu Gesicht. Seine Programmseite fühlt sich an wie eine Fotobuchanwendung. Er kann sie bequem bedienen und je nach Bearbeitungs- und Ausgabeoptionen Texte editieren oder Bilder einfügen. Möglicherweise erlauben die individuell festgelegten Rechte und Programmoptionen gar, Farben oder Stilvorlagen anzuwenden.

Fließend zwischen Browser und Betriebssystemen

Der VivaDesigner läuft auf allen Betriebssystemen: OSX, Windows und Linux. Die Dateiformate sind auf allen Plattformen identisch, sodass Dokumente beliebig zwischen den Systemen ausgetauscht werden können. Daneben läuft die Lösung auf den aktuell bekannten Web-Browsern. Wobei hierfür keine Installationen, sei dies von Programmen, Schriften oder Plug-ins notwendig sind.

Der Prozess im Fluss

Damit eröffnet VIVA Corporate-Publishern, Dienstleistern und Druckereien völlig neue Möglichkeiten im Aufbau und bei der Bereit-

stellung von professionellen Druckvorlagen. Endanwender ihrerseits können ohne spezifische Kenntnisse beispielsweise Texte direkt im Layout umbruchverbindlich eingeben. Die Arbeitsprozesse sind schlank, fließend und flüssig.

Das haben auch die Gutenberg Druck AG in Lachen, die ea Druck AG in Einsiedeln und die Gisler Druck AG in Altdorf erkannt. Sie haben Vorlagen für 21 Kirchgemeinden im Kanton Uri und 24 Kirchgemeinden im Kanton Schwyz erstellt und die Pfarreien mit Lizenzen für den VivaDesigner ausgestattet. Haben die Druckereien bisher in einem komplizierten Abstimmungsprozess die Inhalte aus E-Mails oder Word-Dokumenten in InDesign-Vorlagen kopiert, können die Pfarreien ihre Inhalte nun umbruchverbindlich direkt einfließen lassen, ohne das passwortgeschützte Layout zu verändern. ■



«Mit dem **VivaDesigner** verfügt A&F über ein hervorragendes Werkzeug im Portfolio, das die Anforderungen aus zahlreichen Kunden- und Projektanfragen im Corporate-Publishing-Umfeld optimal erfüllen kann: Die Schreibenden fügen ihren Content (Text, Bild, Grafiken) ganz einfach ins vorgegebene Template ein und können anschliessend das Layout nach ihren Wünschen direkt und umbruchverbindlich bearbeiten, eben layouten.

VIVA bietet abgestufte Lizenz-Editionen, die gekauft oder gemietet werden können. Für das Daten-/Filemanagement werden idealerweise bestehende DAM-Lösungen (wie SixOMC oder Elvis DAM) eingesetzt. So lassen sich Marketing- und Gestaltungsprozesse selbst bei kleinem Budget signifikant optimieren.

Stefan Schärer, Leiter Verkauf & Marketing

Vollgas mit der Schaeffler-Gruppe



Matthias Mederacke
Leiter Interne Kommunikation

«Vernetzung und integrierte Kommunikation sind für einen Global Player von entscheidender Bedeutung.»



Schaeffler ist ein weltweit renommierter Zulieferer der Automobilindustrie und ein führender Hersteller von Wälzlagern und Lineartechnik. Als weltweit agierende Firma muss Schaeffler ihre Abteilungen vernetzen – so auch ihre Kommunikationsteams.

Die Aufgabe: Zehn Varianten einer Mitarbeiterzeitschrift auf eine Plattform bringen und die Zusammenarbeit zwischen den Redaktionsteams in den Regionen und Ländern verbessern. Das Ziel: eine effiziente und vor allem medienneutrale Text- und Bildproduktion, automatisierte Arbeitsschritte und ein einheitliches Media Asset Management. Die Schwierigkeit: ein Weltkonzern, der seine Mitarbeitermagazine in zahlreichen Ländern von Deutsch über Englisch bis Koreanisch mit teilweise unterschiedlichen Inhalten veröffentlicht.

Mit mehr als 82000 Mitarbeitern ist Schaeffler eines der weltweit grössten Technologieunternehmen in Familienbesitz und verfügt mit rund 170 Standorten in 50 Ländern über ein weltweites Netz aus Produktionsstandorten, Forschungs- und Entwicklungseinrichtungen und Vertriebsgesellschaften.

Einheitliche Basis für einheitliche Kommunikation

«Vernetzung und integrierte Kommunikation sind für einen Global Player von entscheidender Bedeutung», sagt Matthias Mederacke, Leiter Interne Kommunikation der Schaeffler AG. Klare Strukturen, definierte Arbeitsweisen und gemeinsame Systeme setzen die Grundlage dafür. Dies gilt auch für die Abteilungen der Unternehmenskommunikation.

Ein global eingesetztes Redaktionssystem bedeutet einen Mehrwert für die Mitarbeiter in diesem Bereich





und nicht zuletzt für das Unternehmen insgesamt. «Ein weltweit etabliertes System führt zu Synergieeffekten zwischen den weltweit aufgestellten Kommunikationsteams», ist Mederacke überzeugt, «das spart an Abstimmungsaufwand, erhöht die Reaktionsgeschwindigkeit und die Effizienz, wenn es darum geht, Informationen optimal über verschiedene Kanäle ins Unternehmen und zu den Mitarbeitern zu tragen.»

Klare Anforderungen für eine optimale Gesamtlösung

Für die Evaluation eines geeigneten Redaktionssystems nahm sich die Schaeffler-Gruppe Zeit. Einiges an Energie wurde darauf verwendet, die optimale Lösung



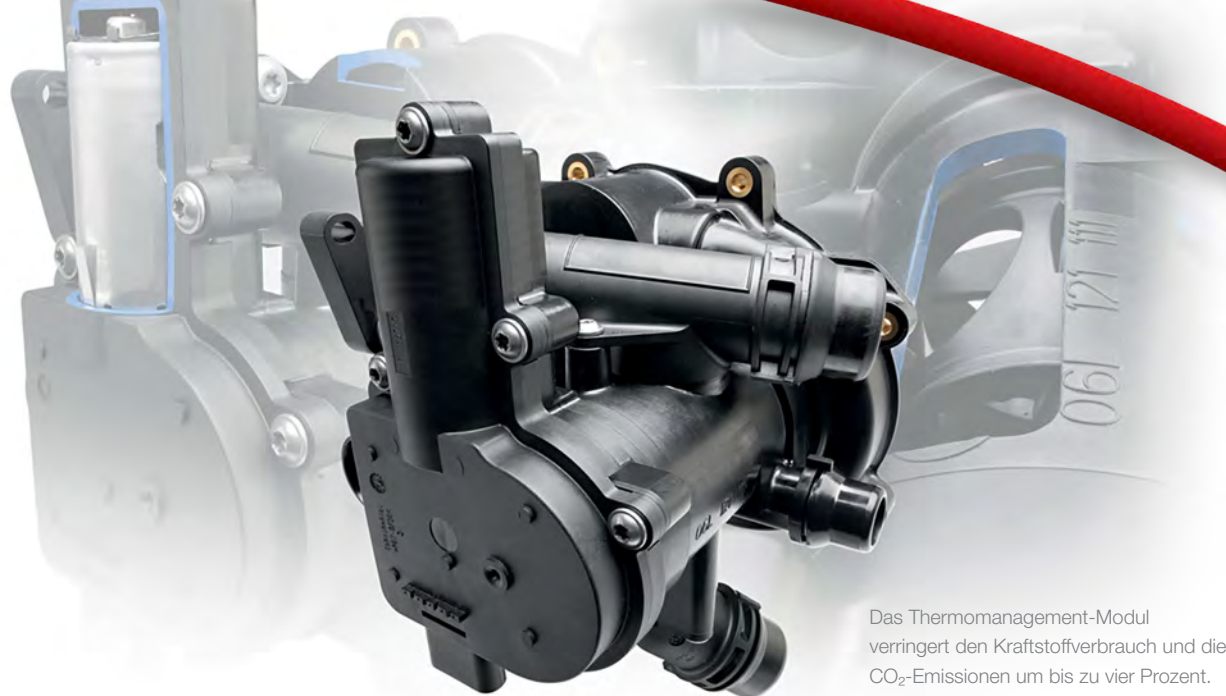
Schaeffler-Zentrale in Herzogenaurach

zu finden. «Das Publishing-System sollte in erster Linie leicht zu verstehen, in der Handhabung so gut wie selbsterklärend und im Handling pflegeleicht sein», sagt Mederacke «Natürlich musste es auch zukunftsfähig und unterm Strich preiswert sein.»

«Es sollte in erster Linie leicht zu verstehen, in der Handhabung so gut wie selbsterklärend und im Handling pflegeleicht sein.»

Im selben Zuge entschied sich Schaeffler, ihr Digital Asset Management neu aufzustellen und das bestehende System abzulösen. Eine der wesentlichen Vorgaben war insofern ein reibungsloses Zusammenspiel zwischen DAM- und Redaktions-System. Entweder kamen die beiden Lösungen aus demselben Hause oder kommunizierten sehr eng ohne Zusatzprogrammierungen.

Den Verantwortlichen lag zur Auswahl der geeigneten Systeme eine umfangreiche Liste an Anforderungen vor. Die Zielvorgaben reichten von weltweiter Verfügbarkeit mit Zugriffsmöglichkeiten für externe wie interne Mitarbeiter über Mehrsprachigkeit inklusive Unterstützung von Koreanisch und Chinesisch bis hin zu Standardanforderungen wie hohe Performance, Konvertierungs- und Freigabemöglichkeiten für diverse Kanäle oder Sichtbarkeit der Meta-Informationen von Assets. «Letztlich kamen in die finale Auswahl nur noch wenige Anbieter», erinnert sich der Kommunikationsexperte. Einer davon war A&F. «Ein Kommunikationskollege eines anderen Unternehmens sprach äusserst positiv über A&F und das angebotene Leistungsspektrum. Das hat mich neugierig gemacht.»



Das Thermomangement-Modul verringert den Kraftstoffverbrauch und die CO₂-Emissionen um bis zu vier Prozent.

«Durch WoodWing Enterprise arbeitet man in einem Newsroom, auf einer Plattform mit denselben Werkzeugen. Dazu gelingt es bequem, externe Serviceprovider wie Fotografen, Grafiker, Layouter oder andere Agenturmitarbeiter einfach in das System einzubinden und direkt mitarbeiten zu lassen.»

Zusammenspiel einzelner Systeme für sichtbare Zielerreichung

WoodWing Enterprise für die Redaktion und das Publishing, Timone für die Blattplanung, Elvis DAM für das Asset Management und für die weltweite Verfügbarkeit der Systeme in der A&F Community Cloud: In drei Projektphasen über zwei Jahre werden die einzelnen Lösungen als Gesamtsystem die Zielvorgaben von Schaeffler erfüllen.

Davon ist auch Mederacke überzeugt: «Durch WoodWing Enterprise arbeitet man in einem Newsroom, auf einer Plattform mit denselben Werkzeugen. Es gelingt bequem, externe Serviceprovider wie Fotografen, Grafiker, Layouter oder andere Agenturmitarbeiter einfach in das System einzubinden und direkt mitarbeiten zu lassen.» Ein weiterer wesentlicher Punkt im Projekt,

so betont der Kommunikationsleiter, ist die Installation von Elvis DAM. «Bald haben wir eine weltweit standardisierte Plattform für Bilder und Grafiken. Jeder weiss dann, wo er Bilder suchen und archivieren kann. Zeitaufwendige weltweite Suchanfragen gehören dann der Vergangenheit an.»

Schaeffler Deutschland arbeitet bereits mit den Lösungen. Die ersten Verbesserungen innerhalb der Unternehmenskommunikation seien rasch aufgefallen. Die Mitarbeiter im eigenen Team hätten schnell gelernt, mit dem System umzugehen, und die Vorteile gespürt.

«Einiges geht jetzt schon einfacher, schneller und direkter – ohne den Umweg über E-Mails und angehängte Korrekturdokumente.»

«Einiges geht jetzt schon einfacher, schneller und direkter – ohne den Umweg über E-Mails und angehängte Korrekturdokumente», sagt Mederacke weiter und führt an: «Die Mitarbeiter der Schaeffler-Gruppe global ihrerseits werden mittelfristig spüren, dass Informationsgestaltung, Vielfalt und Gleichbehandlung, was den Informationsgehalt angeht, zunehmen.» ■

SCHAEFFLER

Der Schaeffler-Unternehmensverbund zählt zu den weltweit führenden Anbietern in der Wälzlagerindustrie und ist ein anerkannter Partner nahezu aller Automobilhersteller.

Unter der Marke INA werden seit mehr als 60 Jahren Wälzlager, Gleitlager und Linearführungen für den Maschinenbau sowie Motorenelemente für die Automobilindustrie entwickelt und produziert. Die über 100 Jahre alte Traditionsmarke FAG ist eine der renommierten Marken für Anwendungen im Maschinenbau, in der Automobilindustrie sowie in der Luft- und Raumfahrt. LuK liefert seit über 40 Jahren Systeme und Komponenten für den Antriebsstrang von Fahrzeugen an Kunden in aller Welt.

www.schaeffler.com

«Wir sind optimal für die Zukunft gerüstet»

Die «Glerner Nachrichten» stellten als erste Schweizer Zeitung die gesamte Produktion auf Mac um. Heute, fast 20 Jahre später, beweist das Unternehmen erneut Pioniergeist. Samedia baut die gesamte Produktion auf Multi-Channel-Publishing um, zieht in ein neues Gebäude und setzt mit dem Churer Medienhaus ein Zeichen für die Zukunft.

314 Fenster, 273 Treppenstufen, 4 Stockwerke, 46 Toiletten und die Länge eines Fussballfeldes

Der imposante Betonbau am Stadtrand von Chur hat eine Nutzfläche von 8000 Quadratmetern. Das entspricht etwa der Grösse von 80 durchschnittlichen Einfamilienhäusern. Der Bau beherbergt allerdings auch 400 Personen – 320 von Samedia und 80 von der Hochschule für Technik und Wirtschaft (HTW).

Das neue Medienhaus in Chur dürfte für Medien und grafische Produkte Vorbildcharakter haben. Zwar weniger durch dessen beeindruckende Bauweise als mehr durch sein Eingeständnis zur Zukunft der Medien. «Das Geschäftsmodell für eine sich im Wandel befindende Medienlandschaft und eine sich völlig veränderte grafische Industrie ist gefunden», ist man bei Samedia sicher.

Schmelztiegel der Medien

Unter einem Dach vereinen sich TV-, Radio-, Print- und Online-Redaktionen. Der TV-Journalist begegnet der Radiomoderatorin genauso wie der Zeitungsredaktorin. So, wie ihre Leserinnen, Zuschauer und Zuhörer auf die Inhalte treffen.

Radio, TV, Zeitung oder Newsseiten: Die Medien sind so vielfältig wie ihr Konsum. Während dem Fernsehen wird das Tablet bedient, und es wird online gesurft, während das Radio läuft. Der Medienkonsum findet auf verschiedenen Kanälen und oft gleichzeitig statt.

Dieser Entwicklung wird Samedia gerecht. Nicht in erster Linie durch die geografische Nähe der Südost-

schweizer Medien und ihrer Produzenten, sondern vielmehr durch neue Werkzeuge und Prozesse.

«Wir haben einen grossen Schritt in die digitale, in die konvergente Medienproduktion gemacht.»

Produktion gemäss dem Zeitgeist

«Wir haben einen grossen Schritt in die digitale, in die konvergente Medienproduktion gemacht», sagt Fredy Bühler Leiter IT-Services bei Samedia. «Wir wollten der Vielfalt und der Gleichzeitigkeit des Medienkonsums nicht hinterher rennen müssen, sondern die Entwicklung aktiv mitgestalten.»



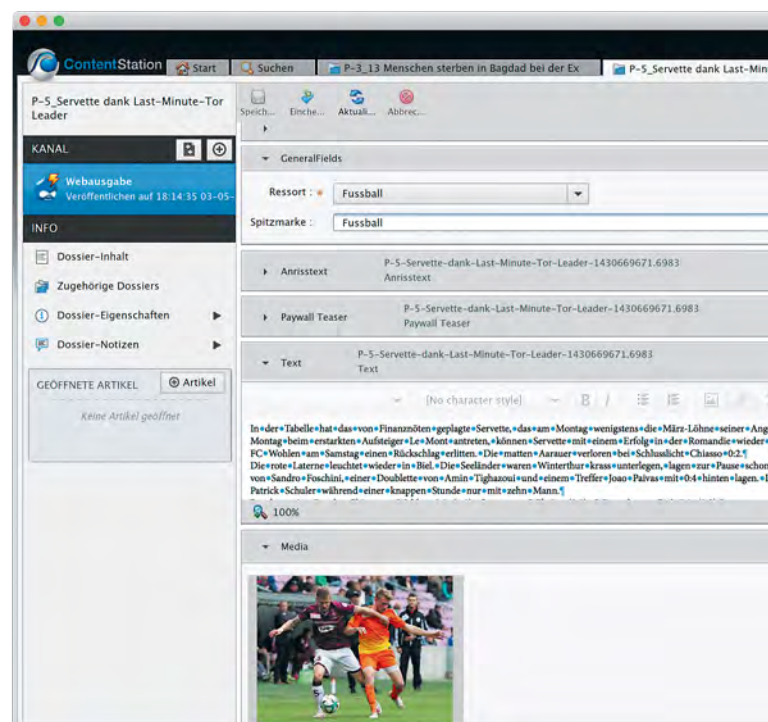


Dafür wurde die gesamte Produktion von Online- und Print-Inhalten zu einer Multi-Channel-Publishing-Umgebung umgestaltet. Flexibilisierung, Standardisierung und Automatisierung standen im Fokus und es wurden Werkzeuge und Produktionsprozesse gesucht, mit denen alle Produkte effizient und in konstant hoher Qualität produziert werden können. «Mit den gewählten Werkzeugen und Prozessen sind wir optimal für die Zukunft gerüstet, egal in welche Richtung sich der Medienkonsum bewegen wird», sagt Bühler.

«Mit den gewählten Werkzeugen und Prozessen sind wir optimal für die Zukunft gerüstet, egal in welche Richtung sich der Medienkonsum bewegen wird.»

Inhalte aus einem Guss

«Dank den zusätzlichen speziellen Entwicklungen von der Firma A&F können unsere Redaktionen heute mit einem einzigen Werkzeug alle unsere Medienkanäle beliefern: Tages- und Wochenzeitungen, Webportale,



Multi-Channel-Publishing bei Samedia

Im Einsatz stehen das Redaktionssystem Enterprise mit dem zentralen Cockpit ContentStation und dem Digital Asset Management System Elvis von WoodWing sowie Blattplanungs- und Inserateproduktionslösungen der Firma DIG. Zusätzliche Sonderentwicklungen vervollständigen den Multi-Channel-Publishing-Workflow. Zum Beispiel erfolgt die Themenplanung direkt aus der ContentStation, was durch die Anbindung an DeskNet ermöglicht wird. Daneben wurde für die direkte Publikation ins Newsportal eigens eine WoodWing-Schnittstelle zu Drupal 8 entwickelt. Als weitere Besonderheit gilt der MasterChannel, welcher die medienneutrale Erfassung von Artikeln ermöglicht.

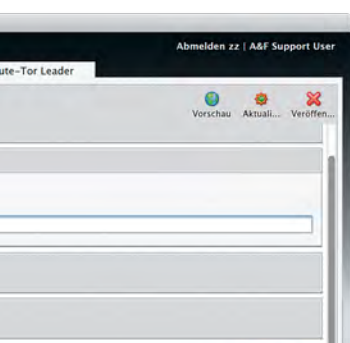
Apps und Social Media», sagt Bühler. Im selben System kann die Redaktion auch ihre Einsätze planen, die Agenturmeldungen und -fotos überwachen und bearbeiten, im Archiv suchen oder Audio- und Video-Dateien für die Webportale und die Apps bestimmen.

Das Mutli-Channel-Publishing-System wurde an die Besonderheiten von Samedia angepasst. Der Vielfalt der Südostschweizer Medien mit ihren regionalen Splits, rätoromanischen Ausgaben, Webportalen, Apps, Radio und TV musste Rechnung getragen werden. Nicht nur Inseratekombis stellten dabei eine grosse Herausforderung an die Konfiguration der Prozesse und Werkzeuge dar. «Es sind auch die Arbeitsabläufe oder die gestaffelte Umstellung als solches, die eine genaue und zuverlässige Planung erfordern», sagt Bühler.

Mit den neuen Werkzeugen und Prozessen wurde auch das Layout der «Südostschweiz» rundum geändert, und man zog in ein neues Medienhaus mit komplett neuer Radio- und Fernsehtechnik.

«Man benötigt aber auch einen Integrator, der kompetent und flexibel ist.»

Bei Projekten dieser Grössenordnung und Diversität sind Mitarbeitende zentral, die einen solch kompletten Umbau zu 100% mittragen, engagiert ans Werk gehen und vor allem auch die vielschichtigen Prozesse der konvergenten Medienproduktion kennen, erklärt Bühler. «Man benötigt aber auch einen Integrator, der kompetent und flexibel ist», führt Bühler aus. «Einer, der bereit ist, neue Wege zu gehen. Einen Pionier. Den hatten wir damals, 1996, in der A&F gefunden und jetzt, 2015, auch wieder.» ■



samedia
MEDIEN
DER SÜDOSTSCHWEIZ



Das Medienhaus der Südostschweiz

Samedia ist das führende Medienunternehmen in der Südostschweiz. Das Verlagshaus ist in Familienbesitz und versorgt über Print, Radio, TV und online die Menschen in der Südostschweiz mit Informationen, Wissen und Unterhaltung. Als Kompetenzzentrum für Kommunikation produziert und publiziert Samedia für Firmen, Drittverlage, Verbände und Behörden im Bereich Print, Video und Web. Insgesamt beschäftigt Samedia 930 Mitarbeiter.

www.samedia.ch | www.suedostschweiz.ch

Der Übersetzer setzt auf Linguistik, der Layouter auf Formatierung. Der Übersetzer weiss wenig über InDesign, der Layouter hat kaum Ahnung von CAT-Lösungen (Computer-aided-translation-Lösungen). In einem Übersetzungsworkflow prallen also oft Welten aufeinander.

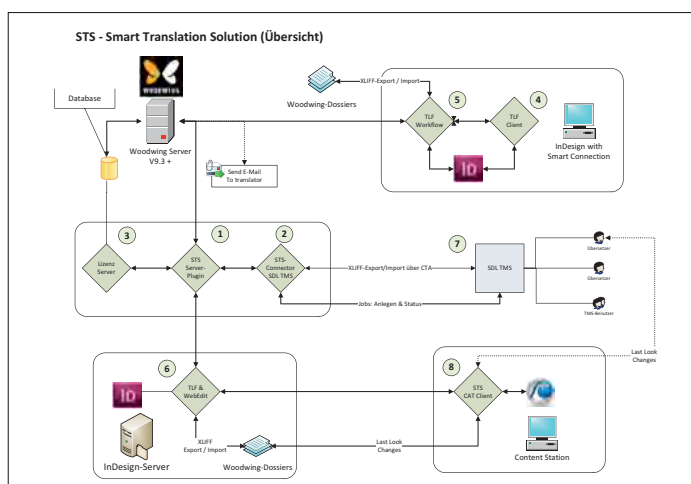
Der Workflow: einfacher, effizienter
und doch fast alles wie gewohnt

Salopp beschrieben, exportiert der Layouter eine einsprachige XLIFF-Datei und importiert nach der Übersetzung ein zweisprachiges XLIFF, wobei die Formatierungen erhalten bleiben.

Konkret wird die Übersetzung auf Basis der Enterprise-Artikel in der ContentStation ausgelöst, woraufhin die Smart Translation Solution automatisch ein Übersetzungspaket für die (externe) Weiterverarbeitung erzeugt. Dieses Paket enthält die

XLIFF-Datei, die problemlos in eine der führenden CAT-Lösungen mit eingebundenen TMS (Translation Memory Systems) wie SDL Trados, Across oder Déjà Vu importiert und dort übersetzt werden kann. Dazu erhält er ein PDF des gelayouteten Original-InDesign-Dokuments. Ausserdem können optional Metadaten des Artikels mitgeliefert werden, wie zum Beispiel, ob Fachkorrekturen notwendig sind oder wer die Übersetzung ausgelöst hat.

Ist der Übersetzungsprozess abgeschlossen, übergibt der Übersetzer die XLIFF-Datei in den entsprechenden Status. Der Layouter wird in seiner ContentStation Inbox oder per E-Mail darüber informiert und kann die Übersetzungsdatei zurück ins InDesign importieren. Alle im Ursprungsdokument enthaltenen Formatie-

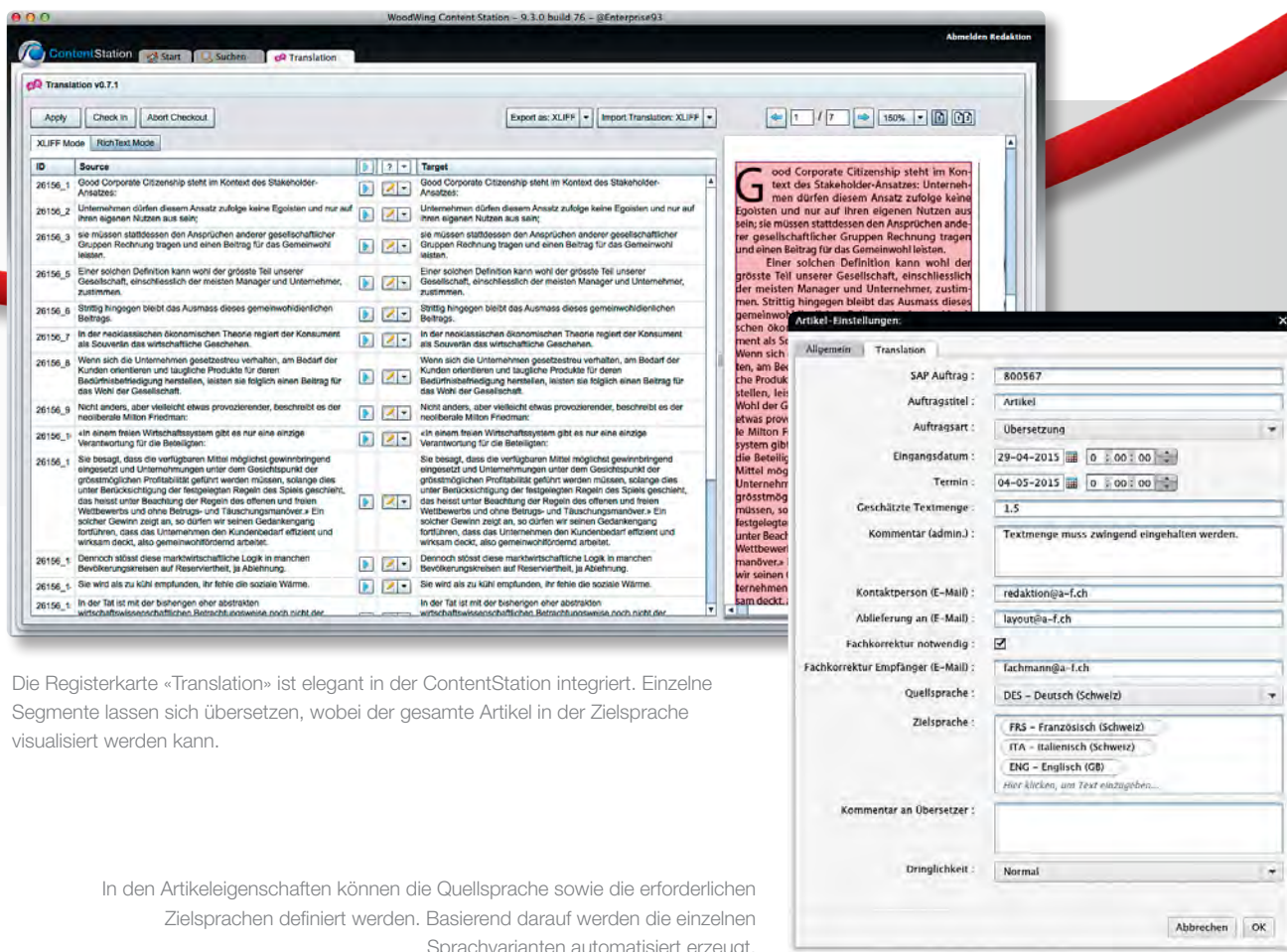


Das Problem: zwei Arbeitsweisen mit je einem andern Ziel

Immer wieder entstehen «kaputt übersetzte Layouts», die durch mühselige Copy-Paste-Aktionen und erneute Textformatierung wiederhergestellt werden müssen. Layouter und Übersetzer nutzen nicht nur unterschiedliche Dateiformate, sondern folgen auch unterschiedlichen Prioritäten. Die CoDesCo IT Consulting hat mit Smart Translation Solution eine Übersetzungslösung für das Multi-Channel-Publishing-System WoodWing Enterprise entwickelt. Das Ziel: ein reibungsloser Workflow zwischen den involvierten Parteien.

Die Lösung: standardkonforme XLIFF-Dateien

Der Austausch von Daten und Dateien bildet die Schnittstelle zwischen den beiden Welten. Dort setzt



Die Registerkarte «Translation» ist elegant in der ContentStation integriert. Einzelne Segmente lassen sich übersetzen, wobei der gesamte Artikel in der Zielsprache visualisiert werden kann.

In den Articleigenschaften können die Quellsprache sowie die erforderlichen Zielsprachen definiert werden. Basierend darauf werden die einzelnen Sprachvarianten automatisiert erzeugt.

rungen bleiben enthalten. Für beide Parteien bleiben Arbeitsumfeld und Arbeitsweise wie gehabt. Der Übersetzer kann weiterhin mit seinen bevorzugten Tools arbeiten und der Layouter muss sein In-Design-Dokument trotzdem nicht zeitaufwendig manuell nachbearbeiten.

Die Integration in WoodWing

Die Funktionalität von Smart Translation Solution ist nahtlos in den WoodWing-Enterprise-Workflow eingegliedert – die Benutzer werden nicht bemerken, dass sie mit einer Drittanbieterlösung arbeiten. Die vollständige Einbindung von Smart Translation Solution in das Redaktionssystem von WoodWing besteht aus mehreren Komponenten, namentlich dem Translation-Filter-Plug-in für InDesign und InDesign-Server, dem TLF-WW-Zusatz-Plug-in für InDesign und InDesign-Server, dem STS-Server-Plug-in für WoodWing, dem STS-Konnektor zum Translation Management System und dem CAT-Client Plug-in für ContentStation (optional).

Die Verbindung von Übersetzungs- und Publishing-Prozess

Durch die volle Integration von Smart Translation Solution in das Redaktionssystem wird der Übersetzungs-Workflow nahtlos in den WoodWing-Enterprise-Workflow eingebunden. Die Inhalte eines InDesign Dokuments bzw. seiner Artikel können statusbasiert für den Übersetzungsprozess freigegeben werden und der zuständige Übersetzer wird automatisch per Mail

benachrichtigt. Im Gegensatz zu anderen Übersetzungslösungen für Adobe InDesign und InCopy, die immer das gesamte Dokument zur Übersetzung aufbereiten, unterstützt Smart Translation Solution das Übersetzen einzelner WoodWing-Enterprise-Artikel.

Das Client-Modul für die WoodWing ContentStation bietet die Möglichkeit, Übersetzungen direkt im Redaktionssystem vorzunehmen. Es handelt sich dabei um ein kleines CAT-System innerhalb der WoodWing ContentStation. In einem dreigeteilten Fenster sieht der Übersetzer links den zu übersetzenden Text, in der Mitte gibt er seine Übersetzung ein und rechts kann er auf Wunsch eine layoutverbindliche Vorschau seiner Übersetzung anzeigen lassen (setzt einen InDesign-Server voraus).

Die Übersetzung kann also entweder durch den Import der XLIFF-Datei in ein externes Übersetzungsprogramm wie SDL Trados oder durch das optionale ContentStation-Modul erfolgen. Externe und interne Übersetzer können nach Bedarf eingesetzt werden und der Prozess kann variantenbasiert (alle Sprachvarianten in einem Layout) als auch die layoutbasierte Arbeitsweise (ein Layout pro Sprachvariante) durchgeführt werden.

Vertrieb

Die Integration von Smart Translation Solution in WoodWing Enterprise läuft über die Firma A&F Computersysteme AG. ■

QuarkXPress 2015, jetzt erhältlich!



Seit April dieses Jahres kann die neueste Version der Design- und Layout-Software für professionelles Print- und Digital-Publishing von der Quark Software Inc. erworben werden. QuarkXPress 2015 kommt dank der neuen 64-bit-Architektur mit einer höheren Leistung sowie vielen von den Anwendern gewünschten Funktionen für die designgesteuerte Automatisierung, die Print- und die digitale Produktion oder die Produktivität daher.

Auch die neueste Quark-Version, QuarkXPress 2015, ist als unbefristete Kauflizenz erhältlich.

Für weitere Informationen zu Preisen, Lizenzen oder neuen Funktionen wenden Sie sich an:

Guido Strassmann | gstrassmann@a-f.ch
Ivana Jenny | ijenny@a-f.ch

Konkret wurde QuarkXPress 2015 mit folgenden Diensten ausgestattet und erweitert:

- Verifizierte PDF/X-4-Ausgabe
- Grössere Seitengrössen und Definieren von eigenen Seitengrössen
- Spezielles Werkzeug für orthogonale Linien
- Interaktive eBooks mit festem Layout (Fixed Layout)
- Erneutes Verlinken von beliebigen Bildern im Dialog Verwendung
- Sammeln für Ausgabe und Verwendung für das gesamte Projekt
- Anwenderdefinierte Tastenkürzel (nur Mac)
- Formatübertragung und automatische Fuss- und Endnoten
- Alternatives, viel schnelleres Tabellenwerkzeug für eine ausgezeichnete Excel-Integration mit Tabellenstilen
- Inhaltsvariablen zum automatischen Einfügen von Inhalten wie lebende Kolumnentitel, Seitennummern, Datum, Referenzen und wiederkehrende statische Texte
- Andocken von Werkzeug-, Masspalette u. Palettengruppe unter Windows

Version 10 von Claro ist verfügbar



Mehr als 10 Jahre nach dem ersten Release veröffentlicht Elpical die 10. Version ihrer automatisierten Bildbearbeitungs- und Bildverarbeitungslösung Claro.

Die sichtbarste Veränderung bei der neuen Version von Claro ist die gänzlich überarbeitete und völlig neue Benutzeroberfläche. Diese ist intuitiv gestaltet und angenehm fürs Auge. Damit setzt Elpical bei der neuen Claro-Version auf verbesserte Benutzerführung.

Mit der Erweiterung der Claro-Farbfilter bleibt sich der Hersteller aber treu und treibt die automatisierte Bildoptimierung weiter voran. Die neuen sogenannten intelligenten Farbfilter ermöglichen es dem Anwender, Bilder je nach Look und Feel der Publikation kälter oder wärmer wirken zu lassen.

Für weitere Informationen wenden Sie sich an:

Martin Wicki | mwicki@a-f.ch

Konzept-iX Software: publiXone 2015 ist verfügbar



Konzept-iX Software gab im März die Veröffentlichung der neuen Version ihrer Medienproduktions- und Kollaborationsplattform publiXone 2015 bekannt.

In der neuen Version kommt der Shop in komplett überarbeitetem Design daher, wobei die Oberfläche auf modernen Standards basiert. In publiXone 2015 steht nun auch eine Benutzeroberfläche für mobile Anwendungen, speziell für den Einsatz auf Tablets oder Smartphones, zur Verfügung. Dazu unterstützt die neue publiXone-Version neben den etablierten Dokumententechnologien Adobe InDesign, Chili Publish und Pageflex neu auch Viva.

publiXone erfüllt eine Vielzahl von Aufgaben rund um Dokumenterstellung und -modifikation, Abstimmung und Korrektur sowie Datenmanagement und bedient unterschiedliche Applikationen aus den Bereichen Asset- und Brand-Management, Web to Print, Shop und Übersetzungen.

Für weitere Informationen wenden Sie sich an:

Martin Wicki | mwicki@a-f.ch

Contentserv hat bei PIM & MAM die Nase vorn



«Top-Performer» lautet das Prädikat. In der aktuellen Studie der LNC Group of Analysts schneidet Contentserv mit Bestnoten im Bereich Product Information Management ab und profiliert gar als Spitzenanbieter für Media Asset Management. «Kein anderer Anbieter schnitt gleich in den beiden Market Performance Wheels so gut ab wie wir», sagt Patricia Kastner, CEO von Contentserv.

Mit seiner ganzheitlich integrierten PIM- und MAM-Lösung hebt sich Contentserv hervor, insbesondere dann, wenn es um ein Zusammenspiel der beiden Felder inklusive Multi-Channel-Ausleitung geht. «Warum sollte man auf zwei getrennte Systeme setzen, wenn man eine Komplettlösung haben kann, die zudem Technologieführer ist?», so Kastner.

Mit ihren Market Performance Wheels bietet die LNC Group of Analysts Potenzialanalysen der Anbieter und Lösungen im deutschsprachigen Raum und identifiziert die Top-Performer in den einzelnen Feldern im Bereich des Information Supply Chain Management. In der letzten Studie bewertete die LNC MAM- und PIM-Anbieter in Form sogenannter Market Performance Wheels.

Für weitere Informationen wenden Sie sich an:

Stefan Schärer | sschaerer@a-f.ch

Web-to-Print-Shops mit Chili gewürzt

**«Es war uns immer klar:
Die Zukunft ist digital,
kollaborativ und automatisiert.»**



Reto Spiegel
Geschäftsführung
Konzeption & Kommunikationsberatung

Vom Vater zu den Söhnen, von der Dorfdruckerei zu einem Unternehmen für integrierte Kommunikation an zwei Standorten. Eine Geschichte vom Satz zu Web-to-Print.

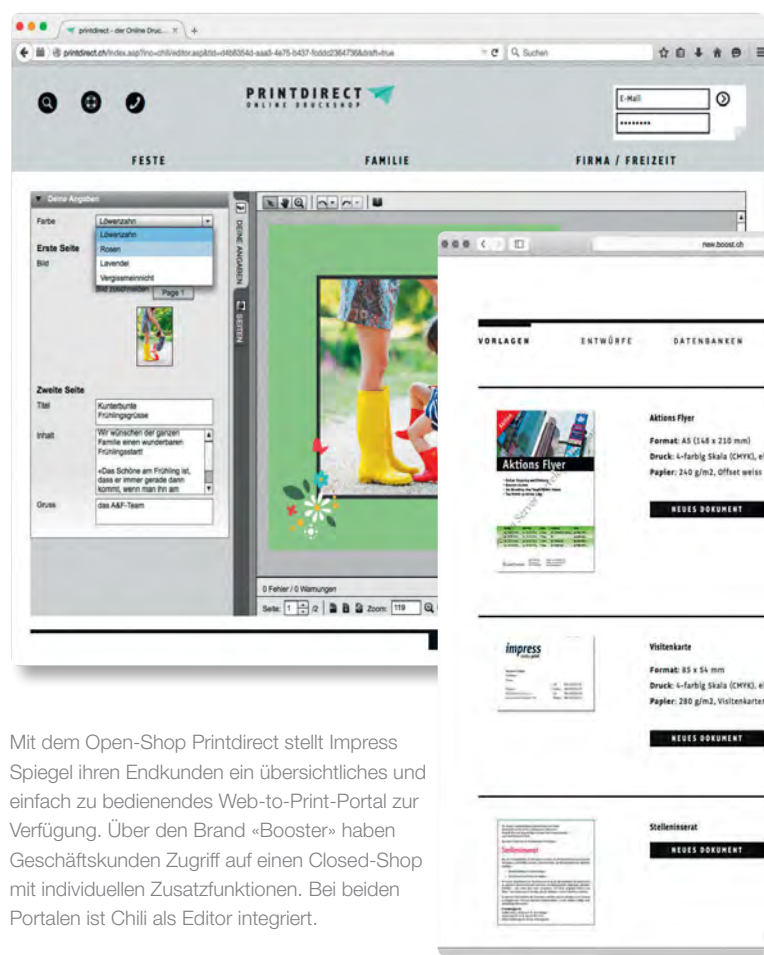
Die Impress Spiegel AG darf auf über 40 Jahre Firmengeschichte zurückblicken. Gestartet als Druckerei, bleibt das Unternehmen dem Kerngeschäft treu, erweitert das Angebot aber auf Agenturleistungen. Seit dem Jahr des runden Jubiläums teilt sich das Unternehmen in zwei Bereiche auf. Die impress media und print, unter der Leitung von Andreas Spiegel, konzentriert sich auf die Produktion von klassischen Druck-Erzeugnissen, während mosaiq, unter der Leitung von Reto Spiegel, auf Kommunikations- und Marketinglösungen fokussiert.

Schon vor dieser Veränderung im Jahre 2010 startete die Impress Spiegel AG mit Web to Print. Bereits 2003 reagierte sie auf das Aufkommen der Online-Druck-Shops und begann mit dem Betrieb von Medienautomations- und Web-to-Print-Lösungen. Die Impress Spiegel AG gehört damit zu den Pionieren. Inzwischen wurden die Lösungen weiterentwickelt und die Anbieterzahl im Bereich Medienautomation und Web to Print nimmt zu. Impress Spiegel ihrerseits betreibt zwei Online-Shops und deckt mit ihnen B2C- sowie B2B-Bedürfnisse ab. Beiderorts wirkt der Chili Publisher als Motor. ■

Der Geschäftsleiter der Impress Spiegel AG, Reto Spiegel, erzählt im Gespräch mit der T.I.M.E.-Redaktion über die Erfahrungen seiner Firma mit Web to Print und den einzelnen Lösungen

Herr Spiegel, Ihr Unternehmen gehört zu den Pionieren im Bereich Web to Print. Heute führen Sie gar zwei Portale. Eine Erfolgsgeschichte?

(Schmunzelt) Ja und nein. Eher eine langjährige Entwicklungsgeschichte mit gutem Ende. Der Weg bis zum B2C-Portal printdirect.ch und zu Booster, dem Kommunikations-Tool für B2B-Kunden, war gesäumt von Trial and Error.



Mit dem Open-Shop Printdirect stellt Impress Spiegel ihren Endkunden ein übersichtliches und einfach zu bedienendes Web-to-Print-Portal zur Verfügung. Über den Brand «Booster» haben Geschäftskunden Zugriff auf einen Closed-Shop mit individuellen Zusatzfunktionen. Bei beiden Portalen ist Chili als Editor integriert.

Ihr Weg war also holprig? Woran lag das?

Ja, Stolpersteine gab es einige. Die Lösungen waren noch nicht ausgereift, erforderten hohe Investitionen und hielten doch nicht, was sie versprochen. Wir kämpften mit teuren Lizenzen, mit insolventen Herstellern und leeren Versprechungen von Verkäufern. Als wir 2012 mit printdirect.ch an den Start gingen, hatten wir durch hohen Eigenaufwand eine Anbindung an unser ERP-System, sassen aber vor einem halbfertigen Editor. Versprochene Entwicklungen blieben aus. Wir standen mit der Lösung kurz vor dem Ruin.

Klingt entmutigend. Wollten Sie nicht aufgeben?

Doch, tatsächlich. Wir standen vor der Frage: Weiter in einen schwerfälligen und überteuerten Software-Dampfer investieren oder aufhören und damit Kunden verärgern? Die Web-to-Print-Technologie hatte sich stark weiterentwickelt und unser System definitiv ausgedient. Da kam genau zum richtigen Zeitpunkt der Tipp von A&F. Sie empfahl uns, den Chili Publisher vom belgischen Newcomer Chili Publish zu prüfen und wir waren wieder im Sessel.

Allein durch den Chili Publisher?

Ja, denn es präsentierte sich uns eine Lösung, die es ermöglichte, den bestehenden Shop zu behalten und unsere seit Langem angestrebten Verbesserungen beim Web-Editor auf einen Schlag zu erreichen. Der Chili Publisher ist «nur» ein Online-Editor ohne Web-to-Print-Shop. Die damit einhergehende Flexibilität entsprach genau unseren Vorstellungen.

Zahlte sich Ihre Beharrlichkeit also aus?

Ja, gewissermassen. Chili setzt als Hersteller bewusst auf eine offene Lösung, die sich hervorragend in andere Technologien einbinden lässt. Wir konnten das Bestehende behalten und mit dem Chili-Editor verbessern und verfeinern. In nicht einmal zwei Tagen hatten wir den Chili-Editor in unsere Portale eingebunden.

Seither bewirtschaften Sie also Ihren B2C- und Ihren B2B-Shop?

Jein, die Grundlage war zwar schnell geschaffen, wir wollten aber erst mit fixfertigen Produkten an den Start. Durch die hohe Bereitschaft unseres Teams und durch die Offenheit von Chili konnten wir Weiterentwicklungen vorantreiben und die Integrationstiefe ausbauen.

Sind Sie mit Ihrem Web-to-Print-Angebot nun zufrieden?

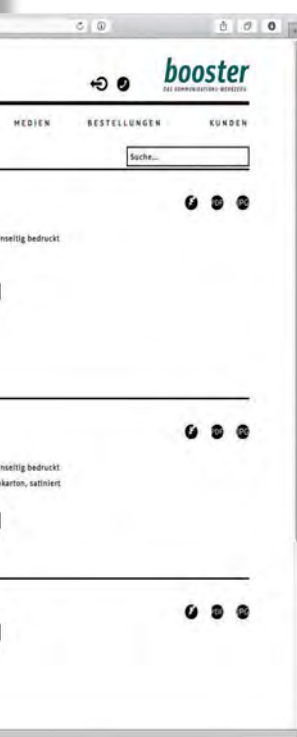
Ja, insbesondere der B2B-Shop Booster ist der Hidden Champion. Die automatisierten Erzeugungs- und Bestellprozesse ermöglichen eine enge Kundenbindung und die Verknüpfung zum ERP-System eine Entlastung des Verkaufssendienstes. Chili als Motor trägt dazu bei, dass Booster als Tool für B2B-Kunden überzeugt.

Wodurch überzeugt das Tool denn?

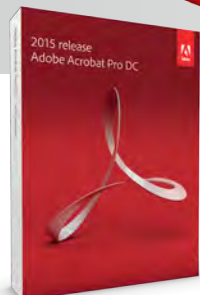
Erstens lassen sich veränderbare Tabellen hinterlegen, beispielsweise Namenslisten für Visitenkarten. Möglich ist dies durch die Anbindung an verschiedene Datenquellen. Zweitens lässt sich der Werkzeugkasten im Web-Editor für jeden Kunden neu und individuell definieren. Drittens lassen sich Lastwagenbeschriftungen oder gefaltete Schachteln mühelos nachbilden. Chili überzeugt durch 3D-Visualisierung und hervorragende Template-Darstellung. Viertens können wir wie gewohnt unsere Templates über InDesign generieren, obwohl der Chili Publisher mit einem XML-basierten Dateiformat arbeitet. Über ein Plug-in wird eine InDesign-Datei auf den Chili-Server exportiert und in ein Chili-Dokument konvertiert.

Sind Sie froh, dass Sie diesen Weg gegangen sind?

Ja. Trotz Rückschlägen war uns immer klar: Die Zukunft ist digital, kollaborativ und automatisiert. Wir sind froh, mit A&F nun einen erfahrenen und etablierten Systemintegrator im Hintergrund zu wissen. Durch ihren Input verfügen wir jetzt über eine Lösung, die sich abhängig von Kundenbedürfnissen und zukünftigen Anforderungen weiterentwickeln lässt. ■



Jederzeit und überall, komplett papierlos arbeiten



Am PC im Büro, unterwegs am Smartphone oder zuhause am Tablet: Jederzeit und überall können PDF-Dokumente nun bearbeitet werden. Der neueste Acrobat versteht sich zusammen mit der Adobe Document Cloud als umfassende Lösung für PDF-Dokumente.

Nach der Creative Cloud kam die Marketing Cloud und nun folgt die Adobe Document Cloud. Ihr Herzstück ist der Adobe Acrobat DC. Zusammen dienen sie als PDF-Komplettlösung für die mobile und vernetzte Arbeitswelt von heute. Die Kombination von Desktop-Software, der neuen Acrobat App und Diensten der Adobe Document Cloud beschleunigt Geschäftsprozesse und erleichtert die Arbeit mit Dokumenten. Denn die Adobe Document Cloud erweitert mit ihren Online-Diensten die Acrobat DC um zusätzliche Methoden für das Erstellen, Bearbeiten, Unterschriften, Versenden und Nachverfolgen von Unterlagen.

Mobil und flexibel arbeiten

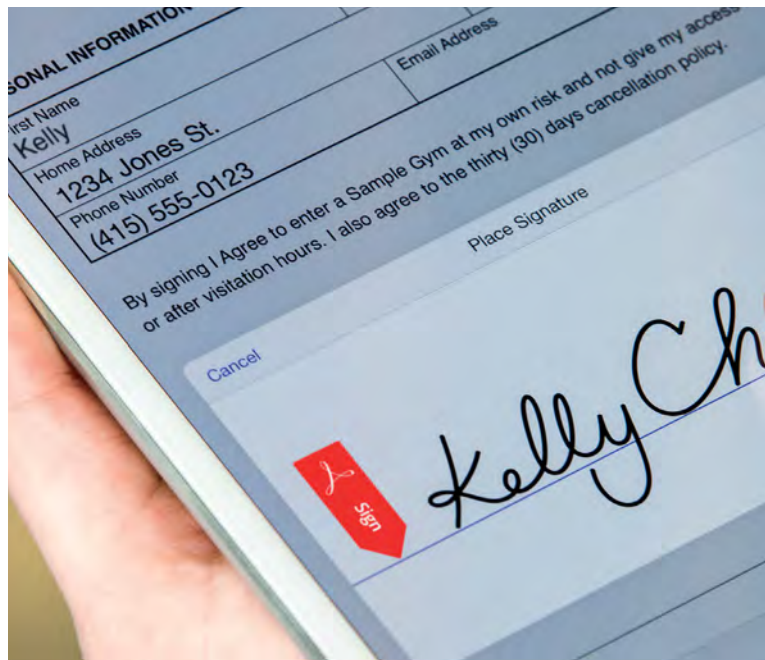
Am Computer wird ein Dokument erstellt, auf dem Tablet überarbeitet und zur Unterschrift auf ein Smartphone gesendet. Unterlagen sind dort, wo sie gebraucht werden. Mit Acrobat DC können Arbeiten auf einem Gerät begonnen auf einem anderen fortgesetzt werden. Der Anwender hat Zugriff auf alle wichtigen Werkzeuge und die zuletzt geöffneten Dateien, sowohl vom Desktop, vom Browser, als auch vom Mobilgerät aus.

Durch die Acrobat DC App steht eine Acrobat-Version für iOS sowie Android und damit zur Unterstützung von Touch-Oberflächen zur Verfügung. Der Cloud-Service seinerseits ermöglicht einen intelligenten Dokumenten-Workflow, wobei sich PDF auf unterschiedlichen Geräten und Plattformen bearbeiten, dazwischen synchronisieren und digital unterschreiben lassen.

Sicher und geschützt digital unterschreiben

Verträge genehmigen oder Formulare ausfüllen: Das Versenden und Nachverfolgen von wichtigen Dokumenten ist sicherer und einfacher geworden. Wer welche Datei wann geöffnet hat, lässt sich mühelos nachvollziehen, und darüber hinaus kann man prüfen, zu welcher Zeit ein Dokument unterzeichnet wurde. Dabei sind die Unterlagen auf ihrem Weg stets geschützt.

Integrierte Verteidigungs- und Sicherheitstechnologien wie Sandboxing schützen vor Systemangriffen durch PDF-Dateien. Daneben können einheitliche Sicherheitseinstellungen für Dokumente eines Unternehmens festgelegt werden, welche Endanwender schnell und einfach für ihre PDF-Dateien übernehmen können. Beim Austausch zwischen Geräten bleiben Sicherheitseinstellungen in Dokumenten so stets erhalten.



Anwendungen verteilen und auf Anwendungen erweitern

Acrobat DC bietet volle Unterstützung für Microsoft Windows 7 und 8. Über ein eigenes Menüband können Acrobat-Aufgaben direkt aus Microsoft-Office-Applikationen heraus durchgeführt werden. Für das Software-Management steht VIP-Teilnehmern eine intuitive Admin-Konsole zum Bereitstellen, Verwalten und Hinzufügen neuer Lizenzen zur Verfügung. ■

Bequem Software-Pakete schnüren und ausrollen

Mit dem Adobe Creative Cloud Packager übernehmen Lizenzmanager und IT-Abteilungen die Kontrolle. Sie binden Pakete mit Adobe-Creative-Cloud-Produkten und stellen diese zentral bereit.

Creative Cloud Packager – die Funktionsweise

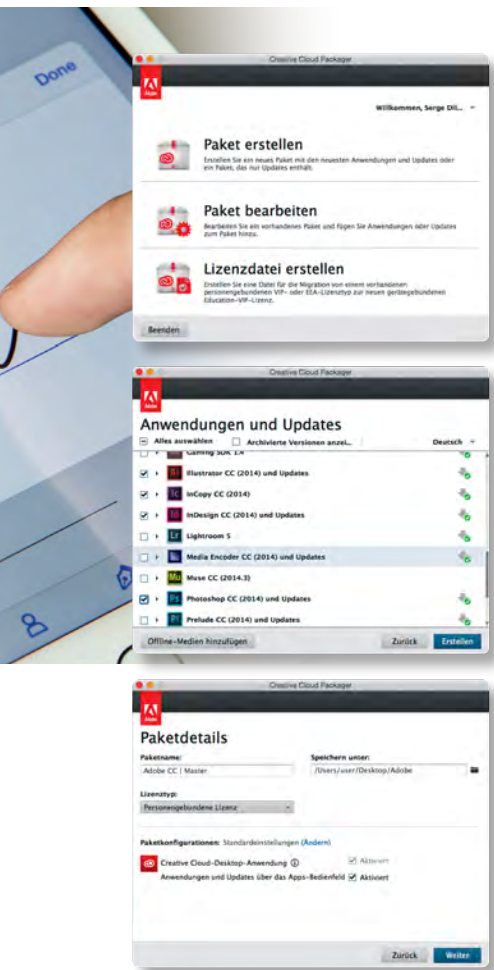
Software-Pakete werden unbeschränkt, flexibel sowie individuell geschnürt und auf Windows- oder OS-X-Clients ausgerollt. Dasselbe gilt für Updates und neue Funktionen. Damit ist sichergestellt, dass auf allen Desktops die gleichen Versionen zur Verfügung stehen. IT-Administratoren laden den Creative Cloud Packager über die Admin-Konsole der Creative Cloud für Teams.

Darin werden alle oder ausgewählte Applikationen der Creative Cloud von zentraler Stelle aus implementiert. Das Rollout verläuft zentral über gängige Bereitstellungswerkzeuge. Der Creative Cloud Packager erstellt ein Bereitstellungspaket, das mit branchenüblichen Werkzeugen, z.B. Microsoft System Center Configuration Manager (SCCM) oder Apple Remote Desktop (ARD), verteilt werden kann. ■

Zentral verwalten und bereitstellen – die Vorteile

Adobe Creative Cloud Packager bietet bei der Bereitstellung von Creative-Cloud-Anwendungen in Unternehmen eine Reihe von Vorteilen.

- Eine zentrale Paketierung und Bereitstellung aller Creative-Cloud-Produkte: Creative Suite, Edge und Edge Services, Muse, Lightroom, Acrobat DC in den gängigen Formaten MSI und PKG ist möglich, wobei auch die Wahl zwischen 32-bit- und 64-bit-Versionen unterstützt wird.
- Software-Pakete können individuell geschnürt und bereitgestellt werden.
- Die Paketierung und der Rollout der laufend neu erscheinenden exklusiven Funktionsupdates der Creative Cloud werden zentral gesteuert.
- Bereitstellungspakete können automatisch ohne Eingaben von Endbenutzern installiert werden. Das bedeutet, dass alle Festlegungen, die sich auf Inhalt und Art der Installation auswirken, vor Ausführung der Installation vorgenommen werden.
- Die Paketerstellung mit dem Creative Cloud Packager ist einfach: Er verfügt über eine leicht zu bedienende und intuitive Benutzeroberfläche für die Erstellung von Paketen.
- Pakete, die mit dem Creative Cloud Packager erstellt werden, verwenden das übliche Standardformat für Installationspakete (MSI unter Windows, PKG unter OS X) und sind mit SCCM und ARD kompatibel.
- Der Creative Cloud Packager stellt nur geringe Anforderungen ans System.



«Für grafische Arbeiten eignet sich der Mac am besten»



Seit mehr als 30 Jahren arbeitet A&F nun mit Apple-Produkten. Als offizieller Apple-Reseller, vor allem aber durch die gebotenen Dienstleistungen und massgeschneiderten IT-Lösungen, hat sich der Systemintegrator einen Namen in der Grafik- und Werbebranche gemacht. Dafür setzt A&F seit jeher auf ausgewiesene Fachkräfte. Eine davon ist System Consultant und Macintosh System Engineer Philippe Lindegger.

Herr Lindegger, was sind Ihre Aufgaben bei der Firma A&F?

Seit 2013 berate und betreue ich Kunden bei Fragen und Anliegen rund um ICT-Systeme. Meine Erfahrungen als ehemaliger System Engineer mache ich mir dabei immer zunutze.

Sie waren zuvor als Techniker unterwegs? Wie kam es dazu?

Ja. Als ich 2011 bei A&F anfang, arbeitete ich im Macintosh-Engineering-Team. Ich war zuständig für Server-Installationen, Software-Verteilungen sowie Vor-Ort-Betreuung und Beratung. Denn ich besass Berufserfahrung und die nötigen Qualifikationen.

Wie verlief Ihr Ausbildungsweg?

Eigentlich bin ich ja gelernter Hochbauzeichner. Nach der Lehre absolvierte ich diverse Praktika als Designer und Innenarchitekt und spielte mit dem Gedanken, die Kunstschule in Luzern zu beginnen.

Warum der Wechsel in die ICT-Branche?

Bereits während meiner Ausbildung beschäftigte ich mich intensiv mit ICT-Systemen und betreute die Umgebungen meiner Arbeitgeber. Damals übernahm ich private Jobs in meinem Umfeld. 2008 machte ich dann mein Hobby zum Beruf und absolvierte diverse Apple-Zertifizierungen. Mittlerweile bin ich diplomierter Wirtschaftsinformatiker.

Und warum gerade die Spezialisierung auf Apple?

Durch meinen Werdegang in der Kreativbranche kam ich früh mit Macintosh in Berührung. Ich bin nach wie vor überzeugt, dass sich für grafische Arbeiten der Mac am besten eignet.

Also für Werbeagenturen, Grafikbüros oder Architekten?

Genau. Der Mac ist weit verbreitet, sehr beliebt und für solche Unternehmen ideal. Serverseitig können wir für kleinere und mittlere Unternehmen mittels Mac mini und Thunderbolt-Datenspeicher tolle Lösungen mit einem überschaubaren und einfach zu bedienenden Backup-Konzept anbieten. Bei grösseren oder heterogenen Umgebungen macht es durchaus Sinn, auf professionelle Enterprise-Produkte von HP, Windows und EMC zu setzen. Ebenfalls empfiehlt es sich, eine zentrale Software-Verteilung sowie MDM-Lösungen in Betracht zu ziehen. Wir bei A&F sind in der Lage, Macs nahtlos in eine Windows- oder Linux-Server-Umgebung zu integrieren und an bestehende und zentrale Software-Lösungen zu binden.

Sie haben vorhin noch Ihre Zeit in der Kreativbranche erwähnt. Nützt Ihnen diese denn heute in Ihrer Funktion als System Consultant?

Ja, klar! Ich kenne die branchenspezifischen Programme für grafisches Arbeiten, die Arbeitsabläufe und das Denken meiner heutigen Kundschaft aus eigener Erfahrung und verstehe somit die Anliegen besser. Um die konkreten Anforderungen zu erfassen, empfiehlt sich aber vor allem ein Termin vor Ort. So kann ich dem Kunden eine massgeschneiderte Lösung präsentieren. ■

Das Ziel: redundant, ausfallsicher und erweiterbar

Server-, Storage-, Archiv-, Backup- und Recovery-Konzepte: Agenturen benötigen eine auf sie zugeschnittene Lösung. Das Beispiel von Spinas Civil Voices zeigt, wie solche Projekte schnell und elegant über die Bühne gehen können.



Die Werbeagentur aus Zürich setzt seit jeher auf Apple-Macintosh-Produkte, sowohl bei den Servern als auch bei den Arbeitsstationen. Als der bei ihr eingesetzte Xserve durch Apple zum Vintage-Produkt deklariert wurde, drängte sich eine Ablösung auf. Die Gelegenheit, die Anforderungen von Spinas Civil Voices zu evaluieren und die Ziele für eine Neuanschaffung zu definieren.

Ausbaubar und übersichtlich

Für die Agentur stand fest, dass weiterhin Apple-Hard- sowie -Software zum Einsatz kommen sollte. Die Umgebung musste redundant, ausfallsicher und erweiterbar sein und ein übersichtliches Archiv-, Backup- und Recovery-Konzept beinhalten.

Als bestehender Kunde konnte Spinas CV von der Tatsache profitieren, dass bei A&F bereits Kenntnisse

über ihre ICT-Umgebung vorhanden waren. Insofern wurde rasch eine Lösung gefunden (siehe Box), welche reibungslos umgesetzt werden konnte. «Dank den zeitgemässen Konzeptvorschlägen fanden wir optimalen Ersatz», sagt Boris Beuckmann, ICT-Verantwortlicher von Spinas CV. «Das Projekt wurde schnell und vor allem erfolgreich realisiert.» ■

SPINAS CIVIL VOICES

Der Name ist Programm: Spinas Civil Voices ist eine Kreativagentur, die sich auf Werbung für zivilgesellschaftliche Themen und Anliegen spezialisiert hat. Das 30-köpfige Team vereinigt Fachspezialisten für alle Werbekanäle (TV/Print, Direct Marketing, digitale Medien) unter einem Dach.

Die Installation

Mac-mini-File- sowie Management-Server mit externem Storage (RAID5) und Backup to Tape inklusive Archiv-Funktion mit zusätzlicher redundanter Ausfall-Server- und Storage-Hardware, welche im Falle eines Hardware-Defektes des Haupt-Servers innert weniger Minuten einsatzbereit ist.

EMC VSPEX BLUE – mit weniger mehr erreichen

Bis zu 100 virtuelle Maschinen aufsetzen, während Sie eine Tasse Kaffee trinken. Mit VSPEX BLUE ist dies möglich, verspricht EMC. Die hauseigene hyperkonvergente Infrastrukturlösung VSPEX BLUE basiert auf EMC-Software sowie VMware EVO:RAIL und kombiniert Rechenleistung, Datenspeicher sowie Managementfunktionen.

Zu Hause, im Büro, an einem Remote-Standort oder in einem Hotelzimmer irgendwo auf der Welt: Der Arbeitsplatz ist dort, wo sich der Mitarbeiter gerade befindet. Er benötigt Zugriff auf seine E-Mails, Anwendungen und Geschäftsdateien, egal ob vom PC, Tablet oder Smartphone.

Wo und wann auch immer: Mitarbeitende müssen so produktiv und effizient wie möglich arbeiten können. Das muss die IT-Abteilung gewährleisten. Gleichzeitig sollen die IT-Kosten gesenkt, die Komplexität reduziert und die Lösungen so flexibel wie möglich bleiben. Da setzen hyperkonvergente Systeme an.

Alles in einem – flexibel und skalierbar

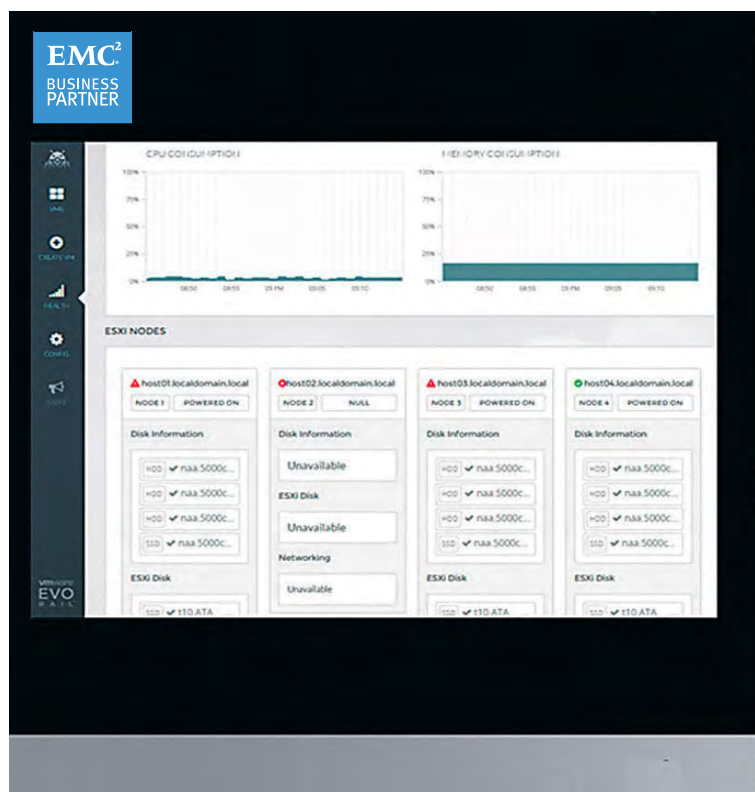
Im Februar dieses Jahres stellte EMC mit VSPEX BLUE ihre eigene hyperkonvergente Lösung vor. EMC VSPEX BLUE basiert auf Intel-Xeon-Prozessor-Technologie, EMC-Software sowie VMware EVO:RAIL und vereint sämtliche Rechner-, Arbeitsspeicher- und Sicherheitskomponenten in einer einzigen Appliance. Sie entspricht damit dem Konzept für voll integrierte Infrastruktur-Bauklötze, also den flexiblen und skalierbaren Infrastrukturen, welche aus standardisierten, hochintegrierten Blöcken gebaut werden. VSPEX BLUE skaliert linear von einer bis zu vier Appliances im 2U-Chassis mit je vier Serverknoten und besteht aus modularen Standardbausteinen.

Einfacher und schneller – VM in 15 Minuten

Die hyperkonvergente Lösung von EMC kombiniert Rechenleistung, Datenspeicher, Netzwerkressourcen mit Managementfunktionen. Damit sollen die Konfiguration, das Management und die Verwaltung der IT massgeblich vereinfacht und optimiert werden. Den Verantwortlichen wird ermöglicht, die Infrastruktur anhand eines flexibleren betrieblichen Frameworks aufzubauen, bereitzustellen, zu skalieren und zu warten. VSPEX BLUE verspricht schnelleres, einfacheres und sichereres Konsolidieren, Verwalten und Bereitstellen

von IT-Infrastrukturen sowie eine hohe Anwenderfreundlichkeit. Die hyperkonvergierte Infrastrukturplattform stellt virtuelle Maschinen in weniger als 15 Minuten nach dem Einschalten bereit. Durch ihre Scale-out-Architektur lässt sich die Appliance schnell an veränderte Anwenderbedürfnisse anpassen und macht aufwendige Bedarfsprognosen überflüssig.

EMC VSPEX BLUE bieten den schnellsten, risikoärmsten Weg zur Einführung neuer Anwendungen und Technologie und eignet sich somit ideal für die Infrastrukturkonsolidierung, den Betrieb von virtuellen Desktops in Zweig- und Aussenstellen sowie für die Bereitstellung von Managed Services.



Den eigenen Serverschrank braucht es nicht mehr

Ob Outsourcen von Redaktions- und Publikationssystemen oder Auslagern von Backup-Daten: Cloud-Computing bietet Unternehmen eine neue Art der Beschaffung von Hard- und Software. Virtuelle Server ermöglichen eine kostengünstige und rasch anpassbare Bereitstellung von Infrastruktur. Hohe Sicherheitsstandards, Datenschutz und individueller Service gelten bei der Wahl des Anbieters als Hauptkriterien.

Unternehmen müssen heute rasch auf die sich kontinuierlich verändernden Marktsituationen, Kundenbedürfnisse und Technologien reagieren können. Dafür benötigt es eine agile IT-Infrastruktur. Der Aufbau einer solchen Infrastruktur und die ständige Beschaffung von neuer Hard- und Software sind allerdings meist zeitraubend und kostentreibend. Dies auch, weil sich die Anforderungen an Sicherheit, Skalierbarkeit und Kompatibilität stetig erhöhen.

Die Alternative: virtuelle Server als Cloud-Services

Rechenleistung, Datenspeicher und Internetverbindung von einem Cloud-Service-Anbieter zu mieten, bietet eine Alternative. Immer mehr Unternehmen verzichten auf eine eigene Infrastruktur und steigen auf Cloud-Computing um. Das Schaffhauser Marktforschungsunternehmen MSM Research rechnet für die Periode zwischen 2014 und 2016 mit einem Wachstum des hiesigen Cloud-Computing-Marktes von jährlich zwischen 40 und 45 Prozent.

Besonders virtuelle Serveranwendungen erfreuen sich grosser Nachfrage. Ob als Applikationsserver, als Datenbankserver, als Web- oder als Printserver, als Test- und Entwicklungsserver oder als Backup-Lösung, ihre vielfältige Einsetzbarkeit spricht für sich. Als Cloud-Service bieten sie leistungsfähige und hochverfügbare Plattformen für typische Businessanwendungen.

Die wichtigsten Kriterien: Standort, Sicherheit und Service

Die Vorteile einer virtuellen Infrastruktur sind evident und zeigen sich mitunter bei einer höheren Flexibilität sowie einer besseren Planbarkeit der Informatikkosten. Doch egal, wofür virtuelle Server eingesetzt werden, der Anbieter sollte mit Bedacht gewählt sein. Zu den Hauptkriterien zählen der gebotene Service, die Sicherheit und damit auch der Standort. Nur wenn das Rechenzentrum in der Schweiz liegt, profitieren Sie

von den hiesigen weltweit strengsten Datenschutzgesetzen. Daneben ist es wesentlich, zu klären, ob die redundante Auslegung der Infrastruktur gegeben ist. Sind Stromversorgung, Kühlung und Datenanbindung nämlich mehrfach vorhanden, wird die Verfügbarkeit der Server entscheidend erhöht.

Genannte Qualitätsmerkmale standen für A&F bei der Wahl eines Rechenzentrums für die eigene Cloud-Service Community Cloud im Vordergrund. Das green-Datcenter in Lupfig überzeugte im Hinblick auf diverse Kriterien, aber insbesondere durch den hohen Sicherheitsstandard.





Das Rechenzentrum: idealer Standort, höchste Sicherheit und vielfach zertifiziert

Das Datacenter Zürich-West ist mit über 7000m² nutzbarer Datacenter-Fläche das grösste kommerzielle Rechenzentrum der Schweiz. Bereits stehen die Gebäudetrakte 1 und 2, und der Trakt 3 ist in der Planung vorgesehen. Das greenDatacenter ist das neueste und modernste Rechenzentrum der green.ch-Gruppe und zählt zu den energieeffizientesten in der Schweiz. Der Standort ist ideal gewählt, denn er ist gut erreichbar und gleichzeitig genügend weit von Gefahrenzonen entfernt.

Bereits bei der Planung wurde das Datacenter auf höchste Verfügbarkeit ausgerichtet. So sind alle für den Betrieb erforderlichen Anlagen mehrfach vorhanden, die Strom- und die Notstromversorgung sowie die Anbindung an das Datennetz erfolgen über redundante Zuleitungen, die gar innerhalb des Rechenzentrums getrennt geführt werden. Ausserdem ist das Datacenter über vier Sicherheitsperimeter vor unbefugten Zutritten geschützt, u.a. mittels biometrischer Zutrittssysteme. Mit der Sicherstellung dieser Qualitätsmerkmale hat das greenDatacenter Zürich-West die Tier-IV-Design-Zertifizierung vom Uptime Institute erhalten.

Allgemein punkten greenDatacenter mit diversen, auch internationalen Zertifizierungen. Sie werden gemäss ISO 27001, dem umfassenden Standard für Informationssicherheit, sowie gemäss ISO 50001, dem

Standard für Energiemanagement, betrieben. Durch SQS und IQ NET sind die Rechenzentren somit national sowie international zertifiziert.

«Wir sind überzeugt, dass Vertrauen – nebst allem technologischen Wissen – die wichtigste Komponente bei der Realisierung von Cloud-Services darstellt.»

Die A&F Community Cloud: individuelles Angebot

Als Schweizer Systemintegrator bietet A&F spezifisch auf die Bedürfnisse von Mediendienstleistern, Verlagen, Agenturen und Corporate-Publishern zugeschnittene Cloud-Dienstleistungen an. Es handelt sich dabei um individuelle Pakete, die auf aktuelle und zukünftige Anforderungen angepasst werden (können). Neben Dediziertem finden sich neu auch Angebote im Shared-Hosting. Zahlreiche Kunden profitieren bereits von den Dienstleistungen für die beiden Bereiche und betreiben ihre eigenen Systeme und Lösungen in der A&F Community Cloud, erklärt Stefan Schärer, stellvertretender Geschäftsleiter von A&F. «Unsere Kunden hosten beispielsweise ihre Redaktions- und Publishing-Systeme bei uns oder nutzen unser Rechenzentrum für ihre Backup- und Disaster-Konzepte.» Erfreut über den Anklang des Angebotes führt Schärer an: «Wir dürfen grosse Erfolge verzeichnen, das bestätigt natürlich ungemein.»

Um mehr Einblick in die gebotenen Dienstleistungen und vor allem in das Rechenzentrum zu erhalten, bietet A&F regelmässig und ganz exklusiv Führungen an. Interessierte können sich über info@a-f.ch melden. ■



Diana Fenato

am heissen Draht

Seit jeher hat die A&F Computersysteme AG zum Ziel, ihren Kunden einen raschen und kompetenten Support bei Software- und Hardware-Problemen zu bieten. Dafür greift das Prinzip des 1st-, 2nd- und 3rd-Level-Supports. An erster Stelle in Form des 1st-Level-Support stehen die Hotline und das Ticketsystem. Die Anrufe und Mails nimmt dort Diana Fenato entgegen.

A&F verfügt über ein breit gefächertes Portfolio und ein breit aufgestelltes Team an Fachkräften. Alle können bei Problemen helfen, da braucht es Sie an der Hotline ja eigentlich gar nicht?

(Lacht) Doch, gerade deswegen. Ein vielseitiges Portfolio führt zu vielschichtigen Anfragen – unsere Fachkräfte sind vor allem Spezialisten. Ausserdem arbeiten sie laufend an neuen Projekten und haben somit kaum Zeit, sich Supportfällen aus dem IT-Betrieb anzunehmen. Darum kümmerge ich mich.

Sie haben also Antworten auf alle Fragen?

Ja klar! (Lacht wieder) Nein, natürlich nicht. Ich bringe zwar Wissen und Erfahrung mit, werde regelmässig inhouse und durch Hersteller zu unseren Produkten geschult, aber für die Behebung eines Problems ziehe ich meine Kollegen bei und übergebe den Fall.

Sie sind also nur ein Durchlauferhitzer, welcher die Anfragen lediglich entgegennimmt?

Nein, auch das ist nicht ganz richtig.

Worin besteht dann Ihre Aufgabe?

Sie müssen sich das so vorstellen: Supportanfragen kommen telefonisch oder per Mail in unser Ticketsystem rein. Meine Aufgabe besteht darin, die einzelnen Fälle zu analysieren, zu kategorisieren und zu kanalisieren. Das heisst, ich beurteile Dringlichkeit und Auswirkung, priorisiere die Probleme entsprechend, sortiere nach Bereich und eruiere, wo der Schuh konkret drückt.

Das wird Ihnen doch bei der Anfrage mitgeteilt?

Ja, sicher. Aber es ist mein Job, herauszufinden, ob die erste Einschätzung auch stimmt. Auf den ersten Blick scheint ein Problem vielleicht bei WoodWing zu liegen, durch die Analyse zeigt sich die Ursache dann aber ganz woanders.

Aha, und wie können Sie sowas feststellen?

Grundsätzlich gilt, je genauer das Problem geschildert

wird, desto einfacher gestaltet sich die Analyse. Ich muss wissen, wo, wann, wie, bei wem und nach welchen Arbeitsschritten gibt es Schwierigkeiten? Komplexe Fälle lasse ich mir per Rotesession zeigen. Ich erstelle dabei eine Screenaufnahme, um den Anwendungsfall genau dokumentieren und die nötigen Antworten erhalten zu können.

Die Informationen alleine genügen also?

Nein, aber sie stellen die Grundlage für die Lösung eines Problems. In gewisser Weise gleicht mein Vorgehen nämlich dem Handeln bei einer Unfallmeldung: Zuerst schauen, dann denken, dann handeln – ganz so, wie man das vom Nothelferkurs her kennt. Bei unseren Fällen geht es zwar nicht um Menschenleben, aber sie können im schlimmsten Fall eine ganze Produktion gefährden oder gar verhindern. Es ist daher notwendig, strukturiert an die Lösung eines Tickets heranzugehen. Also: Problem analysieren, Lösungsansätze evaluieren und schliesslich Störung beheben.

Wie sehen diese Schritte im Konkreten aus?

Nach der Analyse versuche ich das Kundenproblem zu reproduzieren. Finde ich die Ursache nicht, erstelle ich Thesen zu möglichen Hintergründen. Diese überprüfe ich in der Reproduktion und ermittle den eigentlichen Problemherd. Dafür setze ich mich auch mit den zuständigen Fachkräften zusammen. Womit wir dann zum 2nd-Level-Support in unserem Problemlösungsprozess übergehen – die Einbindung von Spezialisten.

Und was ist 3rd-Level-Support?

Der 3rd-Level ist im Prinzip der letzte Schritt. Soll heissen: Am Anfang steht meine Leistung an der Hotline und über das Ticketsystem. Einen Teil der Fälle kann ich eigenhändig lösen. Die Einbindung von internen Spezialisten folgt als zweiter Schritt. Kann das Problem auch dann nicht behoben werden oder stellt sich heraus, dass ein Bug in einer Software vorliegt, involvieren wir den Hersteller.



Sie haben direkten Kontakt zu den Herstellern?

Ja, zum Teil bis zu den Chefentwicklern. Wir fordern Hersteller auf, einen identifizierten Bug zu lösen oder Optimierungen an der Software vorzunehmen. Einer der interessantesten Punkte in meinem Job übrigens. Wir fungieren als Bindeglied zwischen Kunden und Herstellern. In dieser Funktion haben wir des Öftern Software-Entwicklungen und -Erweiterungen initiiert. Es ist sehr befriedigend, zu sehen, dass neue Funktionen in namhaften Software-Lösungen aufgrund des eigenen Inputs aufgenommen wurden.

Ist das Ihr Lieblingsfall?

Jein. Selbstverständlich macht es mich stolz, wenn wir Optimierungen oder die Implementation von Funktionen bei Herstellern vorantreiben können. Aber, Probleme, die ich am Telefon oder via Remotesitzung innerhalb von 15 Minuten lösen kann, gefallen mir genauso. Ist der Fall rasch erledigt, ist der Kunde zufrieden.

Sie lösen viele Fälle selber? Können Sie das dank des vorgeschriebenen Vorgehensmusters?

Ja, ich versuche möglichst viele der eingehenden Tickets selber abzuarbeiten. Und ja, die definierten Schritte im Problemlösungsprozess sind sicherlich äusserst hilfreich, Sie dürfen sich diese aber, obwohl wir uns am ITIL-Framework anlehnen, nicht als allzu

starre Vorgaben vorstellen. Oft gehört einfach gesunder Menschenverstand oder der Griff zu unkonventionellen Mitteln dazu.

Unkonventionelle Mittel? Was heisst das?

Es ist durchaus möglich, dass ich zwei Hersteller dazu auffordere, sich ein Problem in einer ad hoc einberufenen Telefonkonferenz anzusehen und zusammen mit mir und dem internen Projektleiter eine Lösung zu erarbeiten.

Sie scheinen für die Hotline geboren, arbeiten Sie schon immer in diesem Job?

(Schmunzelt) Nein, ich komme eigentlich aus der Druckvorstufe. Ich bin gelernte Lithografin, habe den ganzen Wandel in der Branche miterlebt: von manuellen Arbeitsschritten während der Lehre über die Umstellung auf Mac-Umgebungen in den Druckereien bis zur gänzlichen Digitalisierung. Nach einigen Jahren im Berufsleben bildete ich mich zur eidg. dipl. Techno-Polygrafen weiter. Später wünschte ich mir eine berufliche Veränderung. Die Möglichkeit, die Hotline bei A&F zu übernehmen, kam mir sehr gelegen. Ich fühle mich sehr wohl in dieser Position und betrachte den Job als grosse Chance. Jeder Fall ist im Prinzip eine kostenlose Weiterbildung in Sachen Softwarekenntnisse und Problemmanagement. ■

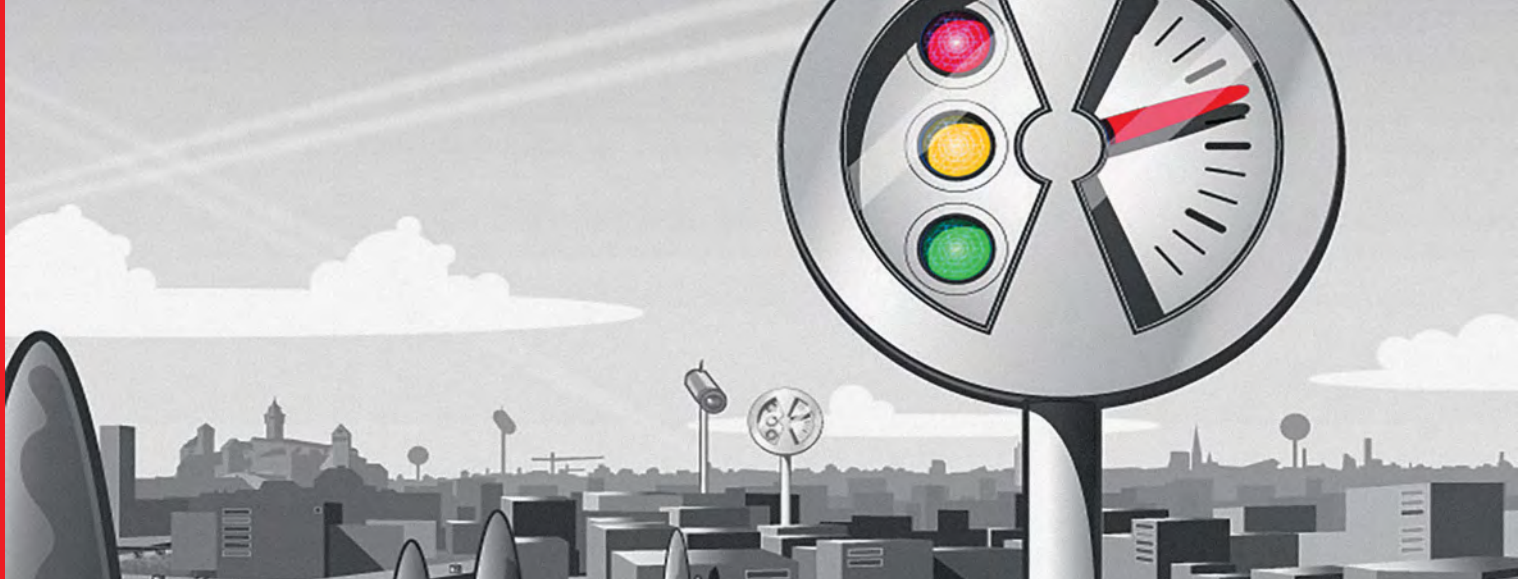
Drei Wege führen in den A&F-Support-Prozess

- 1. Telefon:** Der Kunde ruft an und meldet das Problem.
- 2. E-Mail:** Der Kunde sendet ein Mail an **ticket@a-f.ch** – die Mailanfrage generiert automatisch einen Supportfall im Ticketsystem. Dabei ist wichtig: 1 Problem = 1 Ticket.
- 3. Der Kunde eröffnet selbstständig ein Ticket in unserem System.** Dazu benötigt er eigene Zugangsdaten.

Drei Schritte zu einer vollständigen Supportanfrage

- Reproduzierbarkeit des Problems prüfen
- Umfassende Informationen zum Problem und zum System dokumentieren
- E-Mail mit Dringlichkeitsangabe an **ticket@a-f.ch**

Konditionen: Die ersten 15 Minuten Bearbeitungszeit eines Falles/Tickets sind für unsere Kunden kostenlos. Wird mehr Zeit für die Behebung eines Problems benötigt, werden diese Aufwände verrechnet.



Die Funktionsweise der IT-Infrastruktur stets im Auge

Systemausfälle vermeiden, Verfügbarkeit sicherstellen: A&F bietet ihren Kunden verschiedene Arten des IT-Sourcing. Im Form von Paketen können Angebote individuell zusammengestellt und gekauft werden. Zu den Sourcing-Dienstleistungen gehört auch das IT-Monitoring.

Durch Monitoring sind die Komponenten eines Netzwerkes stets überwacht und deren Funktionstätigkeit jederzeit einsehbar. Sowohl die Verfügbarkeit der Geräte, Applikationen oder Sonden als auch die Auslastung spezifisch definierter Links, beispielsweise der Internetlink, wird angezeigt.

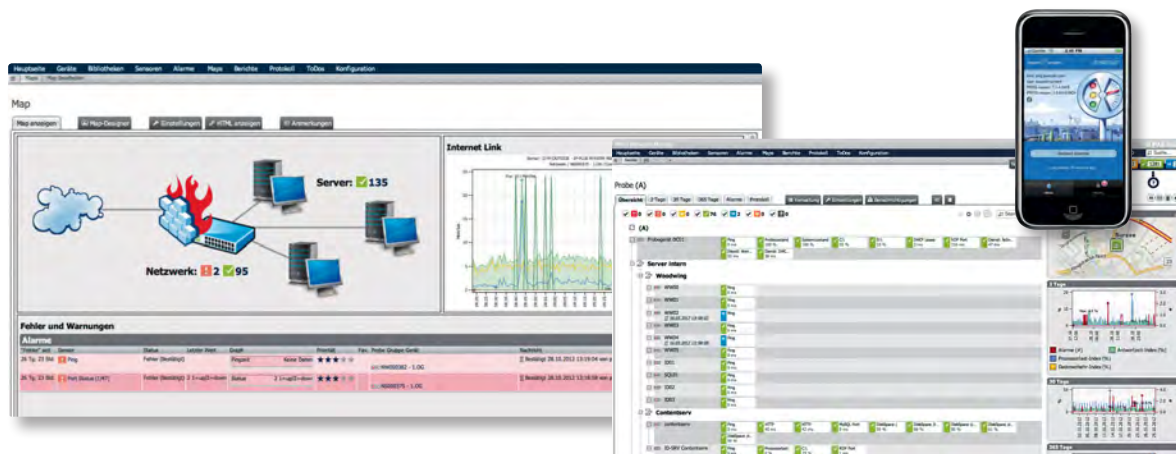
All dies geschieht über eine elegante Web-Benutzeroberfläche. Diese kann im Browser oder mobil über eine iOS oder Android App aufgerufen werden. Gruppen, Geräte oder Sonden sind aufgereiht und deren Monitoring-Daten grafisch aufbereitet. Systemadministratoren erhalten Live-Daten zum aktuellen Zustand des Netzwerkes oder langfristige Auslastungstrends.

Früherkennung birgt Vorteile

Nicht nur lässt sich die Infrastruktur jederzeit überschauen und bleibt stets überwacht, IT-Monitoring beinhaltet weitere positive Aspekte. Beispielsweise

kann der Kunde Systemausfälle früh entdecken, vermeiden und damit Verluste minimieren. Engpässe bei Bandbreiten und Serverleistungen können durch rasches Erkennen proaktiv durch den Systemadministrator angegangen und damit die Servicequalität gegenüber den Usern deutlich verbessert werden. Ausserdem ermöglicht Frühentdeckung den bedarfsgerechten Kauf von Bandbreiten oder Hardware.

IT-Monitoring durch A&F kostet einen Franken pro Tag, also 365 Franken pro Jahr. Die Fachkräfte legen zusammen mit dem Kunden fest, welche Komponenten einer Überwachung bedürfen und in welcher Form sowie unter welchen Umständen alarmiert werden soll. «Zeigen sich Störungen, wird der Verantwortliche kundenseitig systemgestützt benachrichtigt (E-Mail, SMS, Push-Nachricht)», erklären die A&F-Netzwerkspezialisten. «Der Kunde hat so die Möglichkeit, rasch zu handeln oder Unterstützung anzufordern. ■





A&F Computersysteme AG

Sandgruebestrasse 4
CH-6210 Sursee

Telefon +41 41 925 71 11

Telefax +41 41 925 71 22

info@a-f.ch

www.a-f.ch