

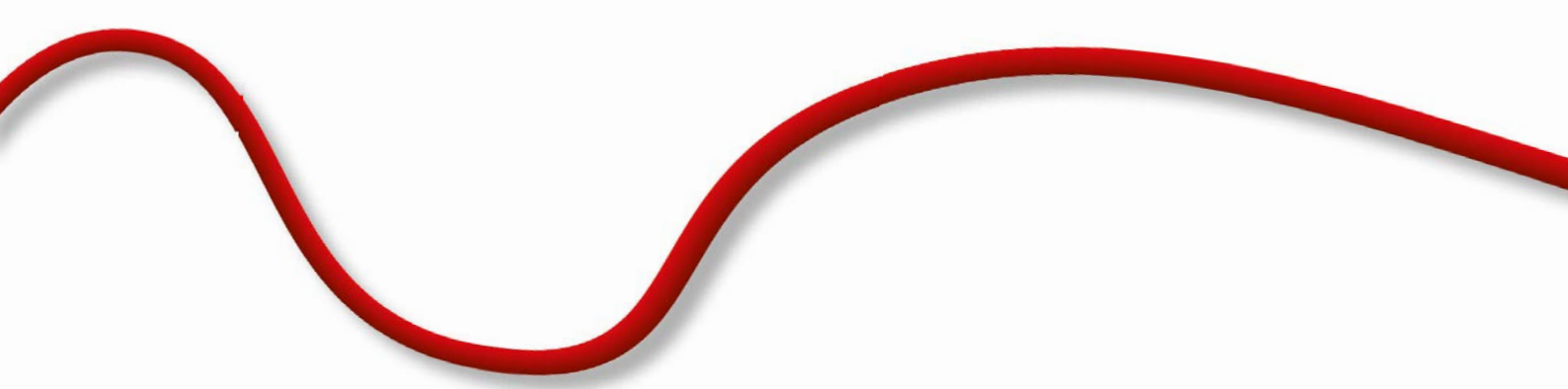
A&FT.I.M.E.

Das Kundenmagazin der A&F Computersysteme AG

Tech
Insight
Market
Education

Multi-Channel
Digital Publishing
Web-to-Print
Cloud
Crossmedia
PIM
Workflow
System
Macintosh
Redaktionssystem
Product-Information-Management
Publishing
Media-Asset-Management
Publikationssystem
Apple
Storage
Community Cloud
Server
Brandmanagement
E-Commerce
DAM
MAM

AUSGABE 03
DEZEMBER 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
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



«Tschüss Ede und hab herzlichen Dank!»

Bereits schon reissen wir an unseren Tageskalendern die letzten Blätter ab; es sind nur noch wenige Tage verbleibend und dann ist auch das Jahr 2015 Geschichte.

A&F darf ein weiteres Mal stolz sagen: ein echter Erfolg! Trotz nicht ganz einfachem Umfeld und speziellen Ereignissen wie der Aufhebung des Euro-Mindestkurses konnten wir uns sehr gut im Markt behaupten und vor allem in Deutschland nochmals kräftig ausbauen. Dies ist nur dank Ihrer Treue und Ihrem Vertrauen in A&F und unser Tochterunternehmen Core-Lab möglich. Liebe Kunden, wir verneigen uns vor Ihnen und bedanken uns ganz herzlich!

Es ist schon Jahre her, dass mich eine Softwareentwicklung derart begeistert hat. Mit Inception ist WoodWing wohl der ganz grosse Wurf gelungen. Einfachheit ist das oberste Gebot, die digitalen Kanäle stehen im Vordergrund, ohne dass der Printkanal dabei vernachlässigt wird (der Output zu InDesign ist jetzt in einer Vorabversion da). Ich glaube, für A&F kann das nach QPS und WoodWing Enterprise die dritte grosse Evolution im Produktbereich darstellen. Wenn man seiner Fantasie freien Lauf lässt und sich auch noch ein wenig mit dem Unterbau von Inception (Elvis DAM) auskennt, dann erkennt man rasch das Potenzial, das im neuen Wurf von WoodWing steckt. Auch wenn es sicherlich noch einige Monate dauern wird, bis Inception all unsere Wünsche erfüllen wird.

Tschüss Ede und hab herzlichen Dank! Auch wenn wir anfänglich immer mal wieder die Klingen gekreuzt haben, hatten wir stets das gleiche Ziel vor Augen: Die A&F-Technik soll die beste technische Abteilung aller Vorstufenanbieter sein – und bleiben. Ich glaube, man darf mit Stolz sagen, dass dies richtig gut gelungen ist. Mein Onkel Edy Oehen hat 25 Jahre massgeblich zu diesem schönen Erfolg beigetragen. Lieber Edy, wir wünschen dir in Zukunft von Herzen alles Gute und werden uns sicher an einem Oehen-Treffen wiedersehen. Dann kann ich dir gerne erzählen, wie die Entwicklung in der Technik weiter rasant voranschreitet.

Ich wünsche Ihnen, Ihren Familien und Ihren Mitarbeitenden schöne und besinnliche Festtage und nur das Beste im neuen Jahr, wobei die Gesundheit ganz zuoberst stehen möge. Ich freue mich auf viele bereichernde Begegnungen, die sich sicher auch im Drupa-Jahr 2016 mit Ihnen ergeben werden.

Herzlichst, Ihr Urs Felber

Inhalt

03	EDITORIAL
04	TCS & SWISSPRINTERS
07	LOBSTER PIM & LOBSTER DATA
08	LEHNER VERAND AG
12	RTK MEDIENTECHNIK AG
14	SIXOMC 9.7
16	CONTENTSERV CS 15
18	KURZ & BÜNDIG
20	INCEPTION
22	VIVADESIGNER 9
24	ADOBE STOCK
25	ADOBE DPS 2015
26	MACINTOSH SOLUTIONS
28	INTERVIEW MIT EDY OEHEN
30	CORE-LAB: ELVIS DAM

Der «Touring» entsteht in der Cloud



Patrick Schmid
Technical Consultant Premedia
Swissprinters



Andreas Waber
Leiter Layout «Touring»

Seit Mitte dieses Jahres erscheint der «Touring» in frischem Gewand. Das Mitgliedermagazin des TCS folgt einem neuen Konzept und die Produktionsweise musste entsprechend angepasst werden. Die frisch eingesetzten Systemlösungen laufen gänzlich in der Cloud.

Der Touring Club Schweiz (TCS) ist mit rund 1,5 Millionen Mitgliedern der grösste Mobilitätsclub der Schweiz. 1896 wurde der nicht gewinnorientierte Verein in Genf gegründet und umfasst heute 24 Sektionen über die ganze Schweiz verteilt.

Seit 1936 wird der «Touring», die Mitgliederzeitung des TCS, an die Mitglieder versandt. 1991 kam der erste Formatwechsel zum damals modernen Tabloidformat, welches 24 Jahre Bestand hatte.

Letztes Jahr entschied sich die «Touring»-Redaktion für einen kompletten Konzeptwechsel. Seit 2015 erscheint der «Touring» als hochwertiges Magazin in modernem Design. Geändert wurden sowohl Inhalt, Layout als auch die Anzahl der Ausgaben. Statt 20-mal erscheint das Mitgliedermagazin nun 12-mal jährlich, allerdings immer noch in einer Auflage von 1,4 Millionen Exemplaren. Weiterhin wird der «Touring» in den drei Landessprachen Deutsch, Französisch und Italienisch herausgegeben. Zudem sieht dessen neues Konzept die aktive Integration der Sektionen vor. Sowohl bei der grafischen Herstellung als auch der redaktionellen Arbeit sollen Mitarbeitende der einzelnen Sektionen miteinbezogen werden.

Diese konzeptionelle Neuorientierung der Mitgliederzeitschrift erforderte auch eine Änderung der Produktionsweise. In der Herstellung wurden mehr Personen involviert, womit es mitunter deswegen neuer Systeme und Lösungen für die Produktion bedurfte. Ausserdem wurde für den Druck ein neuer Anbieter benötigt.

«Mit A&F und Swissprinters fand der TCS die geeigneten Partner für die Entwicklung und Umsetzung eines anforderungsgerechten Produktionskonzeptes.»

Mit A&F und Swissprinters fand der TCS die geeigneten Partner für die Entwicklung und Umsetzung eines anforderungsgerechten Produktionskonzeptes. In der ersten Projektphase hatte sich Swissprinters primär als Partner für den Druck empfohlen, konnte sich aber im Projektverlauf als umfassender Dienstleister positionieren: Die Produktion des «Touring» erfolgt nun in der Cloud, für welche Swissprinters verantwortlich zeichnet. Gehostet und betrieben werden die entsprechenden Systeme und Server in der A&F Community Cloud im Datacenter green in Lupfig.

Im Interview mit der A&F-TIME-Redaktion berichten Andreas Waber, Projektleiter seitens TCS, sowie Patrick Schmid, Verantwortlicher seitens Swissprinters, über das Projekt.

Was waren Ihrer Meinung nach die grössten Herausforderungen?

Andreas Waber: Am Anfang war für mich die grösste Herausforderung, die unterschiedlichen Vorstellungen und Bedürfnisse der drei Partner so zu kanalisieren, dass alle Projektbeteiligten mit einem für alle stimmigen Konzept starten konnten.



Intern bestand eine der grösseren Hürden in der Umstellung von QuarkXpress auf InDesign. Die Mitarbeiter, vor allem auch diejenigen in den einzelnen Sektionen, mussten ins Boot geholt und entsprechend geschult werden. Die Arbeit mit einem Redaktionssystem war insbesondere für die Sektionsmitarbeiter neu. Die Schulungen hatten darüber hinaus in mehreren Sprachen stattzufinden, da wir ja über die ganze Schweiz verteilt TCS-Sektionen betreiben, also auch im Tessin, in Graubünden und in der Westschweiz.

Schmid: Wir bei Swissprinters mussten uns auf eine neue Blattplanungslösung einstellen. Neu haben wir Timone von Tell im Einsatz.

«Die Skalierbarkeit und die Möglichkeit der Virtualisierung der Clients waren ein wesentlicher Faktor bei der Entscheidung für die gewählte Variante.»

Alle benötigten Systeme werden nun in der Cloud betrieben. Welche Überlegungen führten zu diesem Entscheid?

Waber: Angetrieben durch den Konzeptwechsel – die Umstellung von Zeitung auf Magazin und die Integration der Sektionen – wurde eine Möglichkeit gesucht, bei der alle an der Produktion vom «Touring» Beteiligten einfach integriert werden konnten. Wir mussten eine zentrale Lösung finden.

Schmid: Da man für den TCS nicht nur eine zentrale, sondern auch möglichst unabhängige Lösung suchte,

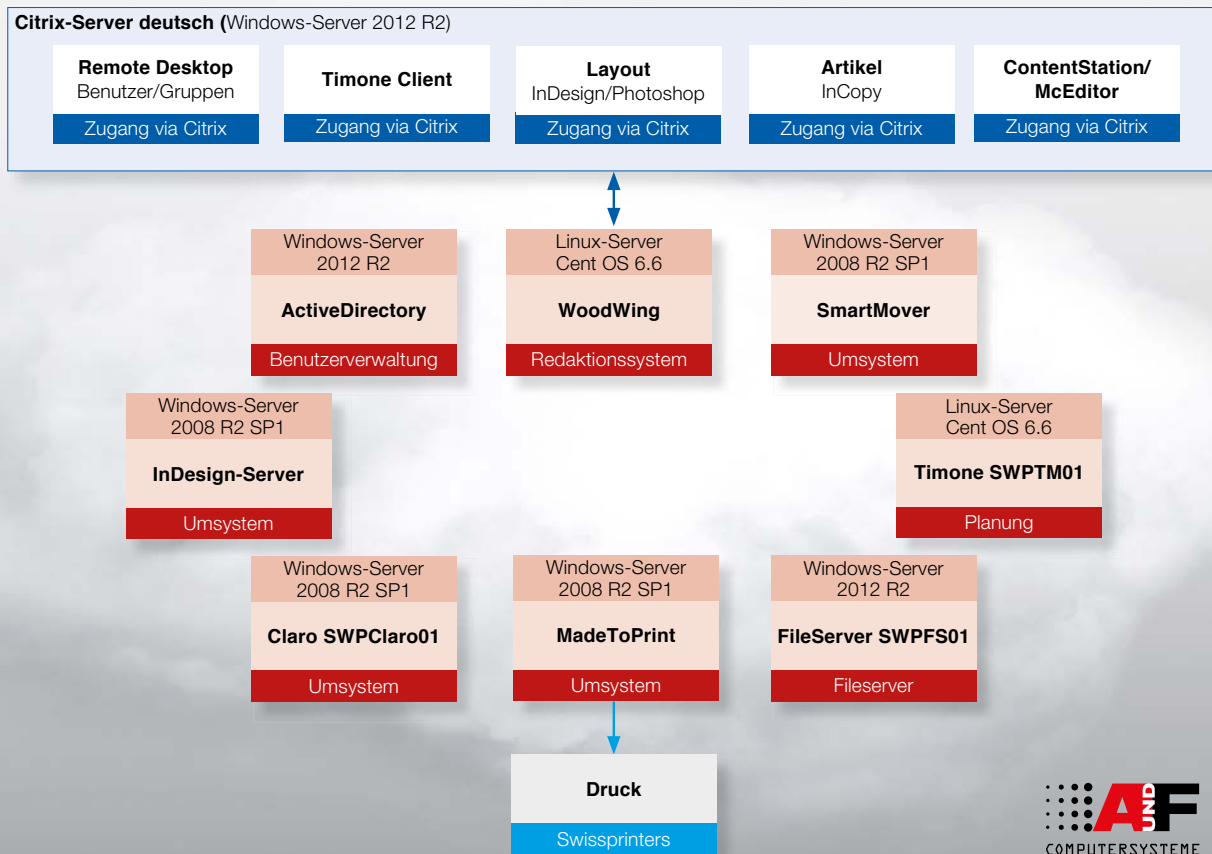
war das Konzept von green ideal. Die Skalierbarkeit und die Möglichkeit der Virtualisierung der Clients waren ein wesentlicher Faktor bei der Entscheidung für die gewählte Variante. Eine Pflege der Client-Software, Systemeinstellungen, Schriftverwaltung etc. ist mit ihr zentral möglich. Der Aufwand bei lokalen Installationen wäre bei der Grössenordnung eines solchen Projektes um Faktoren höher, da die Benutzer in der ganzen Schweiz verteilt sind. Dazu überzeugte das Datacenter Lupfig durch dessen hohen Sicherheitsstandard.

Welche Vorteile ergeben sich durch das Hosting in der A&F Community Cloud bei green?

Waber: Für den TCS ist die Lösung ideal, alles ist zentral und das System läuft auch ohne Swissprinters weiter. Wir sind in gewisser Weise doch unabhängig. Hinzu kommt die Skalierbarkeit der Systeme. Auf Anfang 2016 werden zwei weitere Sektionen mit ins Projekt aufgenommen, dies ist mit sehr wenig Konfigurationsaufwand innerhalb von zwei bis drei Tagen möglich.

Welche Erkenntnisse ergaben sich nach den ersten Betriebsmonaten?

Waber: Der hohe Sicherheitsstandard ist gegeben. Wir hatten bisher kaum Probleme. Wir können via Citrix von überall her auf die Systeme zugreifen. Die Virtualisierung der Arbeitsumgebungen ist allerdings für die Layouter ziemlich gewöhnungsbedürftig. Sie waren an Mac-Umgebungen gewöhnt und arbeiten nun durch den Zugriff über Citrix in Windows-Umgebungen. Hier sind Tests geplant, um eine direkte Anbindung der Mac-Clients über VPN zu ermöglichen.



Folgende Systeme kommen zum Einsatz: WoodWing als Redaktionssystem (InDesign plus InCopy) für die Artikelerfassung und das Layout, Timone für die Blattplanung, Claro für die automatisierte Bildbearbeitung, Made-to-Print für die Ausgabe in den Druck. All diese Systemlösungen laufen auf entsprechenden Servern im green Datacenter in Lupfig in der A&F Community Cloud. Die Benutzerverwaltung ist mit einem AD-System organisiert und der Zugriff der Clients auf die Programme erfolgt durch die Virtualisierung mit Citrix.

Wie erlebten Sie den Projektverlauf, die Zusammenarbeit zwischen den drei Projektpartnern A&F, Swissprinters und TCS?

Schmid: Bei A&F hatten wir mit Raphael Bolzern von Beginn weg eine zentrale Ansprechperson für alle Themen. Dies hat die Abwicklung des Projektes extrem vereinfacht. Die Zusammenarbeit war in allen Phasen stets konstruktiv. Obwohl es auch für A&F nicht immer einfach war, da während des Projektes immer mal wieder neue Richtungen eingeschlagen worden sind – z.B. die Integration der Blattplanung.

«Alle Beteiligten arbeiteten äusserst professionell. Wir als Endkunde mussten uns um relativ wenige Dinge kümmern.»

Waber: Alle Beteiligten arbeiteten äusserst professionell. Wir als Endkunde mussten uns um relativ wenige Dinge kümmern. Dies kam uns natürlich sehr entgegen, wir produzierten ja während des Projektes immer noch die «alte» Tabloidausgabe.

Was könnte man besser machen?

Schmid: Die Abklärungen im Vorfeld intensivieren, um Mehrfacharbeiten beim Konfigurieren zu verhindern.

Wenn dies überhaupt möglich gewesen wäre, denn viele Positionen sind erst beim konkreten Machen aufgetaucht.

Waber: Die Bandbreite der internen Datenleitungen beachten, die Produktivität steht und fällt mit der Geschwindigkeit.

Welche strategische Gewichtung sieht Swissprinters in der Entwicklung von Rechenzentren (RZ)?

Schmid: Swissprinters hostet seit längerer Zeit keine eigenen Lösungen mehr. Viele Systeme werden im RZ der Ringier IT betrieben, wo wir von bestehenden Enterprise-Lösungen profitieren können. Letztlich steht immer der grösstmögliche Nutzen für den Kunden im Fokus und entsprechend werden die Systeme konzipiert und die Systemumgebung dazu gewählt. ■

Swissprinters wurde 2005 gegründet und bietet umfassende Leistungen in den Bereichen Druck, Premedia, Weiterverarbeitung und Verlagsservices an. Rund 270 Mitarbeitende arbeiten am Standort Zofingen. Swissprinters ist eine Aktiengesellschaft und gehört den Schweizer Medienhäusern Ringier und NZZ-Mediengruppe.

Starke Lösungen bilden ein starkes Team

Schon vor dem Zusammenschluss ihrer Mutterfirmen arbeiteten das PIM-System CaTS und das Datenkonvertierungstool Datawizard Hand in Hand. Vor rund zwei Jahren wurden beide Lösungen unter dem Dach der Lobster GmbH integriert. Nun bietet die Herstellerin ein spannendes Angebot an.

Data, SCM, PIM und Shop: Die Lobster GmbH führt ein starkes Portfolio an Softwarelösungen für Multi-Channel-Publishing und E-Commerce.

Produktinformations-Management mit Lobster

Lobster_pim setzt auf Kontinuität und nicht auf unendliche Konfigurationsmöglichkeiten. Trotzdem macht es Grosses möglich. Sind die Daten aus der Warenwirtschaft noch kahl und blank, können sie im PIM als zentrale Produktdatenverwaltung optimal für verschiedene Kanäle und in verschiedenen Sprachen aufbereitet und abrufbereit gehalten werden.

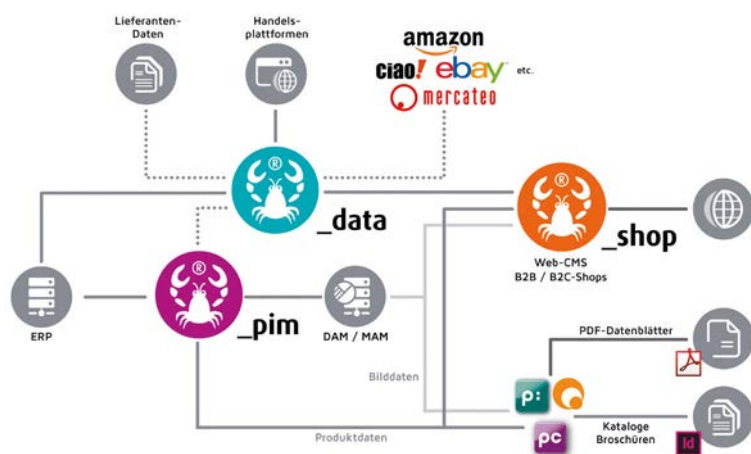
Neben der Veredelung von Stammdaten sind die Konsolidierung von Daten aus unterschiedlichen Quellen und die Verplanung ebendieser in einzelne Werbemit-

tel wesentliche Merkmale eines PIM-Systems. Das PIM von Lobster lässt sich mit diversen MAM/DAM-Systemen verbinden. Für die Ausleitung in InDesign-Dokumente steht das Plug-in print:comet zur Verfügung. Standardmässig integrierte Exportmöglichkeiten (XLIFF, XML, XLS) erlauben beispielsweise die Ausgabe von Produkttexten zur Übersetzung.

Datenkonvertierung und -austausch mit Lobster

Lobster_data kommt zum Einsatz, wenn die Bordmittel des PIM nicht ausreichen, um komplexe Importe oder Exporte zu meistern. Das Datenkonvertierungs- und -austauschtool dient allerdings nicht nur als Prä- oder Post-Prozessor des PIM-Systems, es bietet eine Vielzahl an Kommunikationsschnittstellen, um Daten mit Partnern auszutauschen. Umfangreich sind die

Möglichkeiten, Daten in ein anderes Format zu konvertieren. Ohne grosse Programmierkenntnisse können regelbasierte Mappings innerhalb von Baumstrukturen erstellt und an die gewünschte Schnittstelle weitergeleitet werden. Die Daten durchlaufen hierfür sogenannte Profile respektive die Phasen Parsen, Mappen, Zwischenspeichern, Integrieren, Weiterleiten und Unterteilen. Ein umfassendes Monitoring hilft, den Überblick zu wahren, auch wenn eine Unmenge an Daten abzuarbeiten sind. ■



Lobster_pim und Lobster_data im Einsatz beim Versandhaus Lehner (siehe Seiten 8 bis 11). Das PIM dient als Schaltzentrale und das Datenkonvertierungstool sorgt für den Export der komplexen Datenstrukturen in den Webshop.



Die A&F Computersysteme AG führt beide Systeme in ihrem Portfolio. Für eine Demo kontaktieren Sie:

Andreas Sattlegger | asattlegger@a-f.ch

Multi-Channel und E-Commerce gehören die Zukunft

Multi-Channel-Publishing und E-Commerce sind wesentliche Bausteine in einer modernen Marketingstrategie. Deshalb setzt das renommierte Versandhaus Lehner auf ein starkes und ausbaufähiges Fundament für Kommunikation und Vertrieb über digitale und klassische Kanäle. Product Information (PIM) und Media Asset Management (MAM) wirken dafür als Dreh- und Angelpunkt.

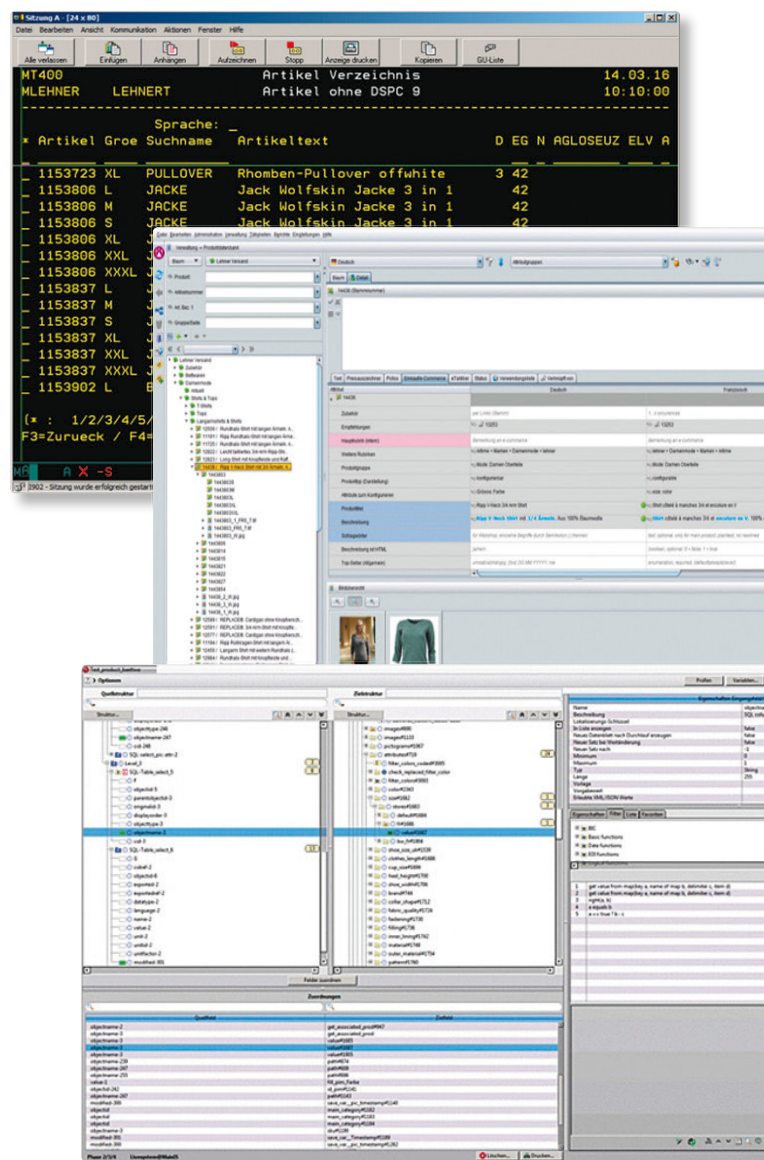
Den Kunden von der ersten Informationssuche bis zum Kaufabschluss führen, und zwar unabhängig davon, wann und vor allem wo er die einzelnen Schritte im Kaufprozess setzt – so sehen Marketing und Vertrieb in Zukunft aus. Der Kunde steht im Mittelpunkt und die digitalen und klassischen Kommunikations- und Vertriebskanäle vermischen sich. Der potenzielle Kunde wird über alle Kontaktpunkte mit dem Unternehmen gleichermassen erkannt und angesprochen, während das Wissen über seine Interessen und sein Verhalten wächst.

Wesentliche Werkzeuge für eine solche Marketing- und Vertriebsstrategie sind Multi-Channel-Publishing- und E-Commerce-Systeme. Eines der grössten Versandhäuser der Schweiz legte deshalb ein ausbaufähiges Fundament für die beiden Bereiche.

Produktinformations- und Datenmanagementsysteme als Basis

Die Lehner Versand AG ist seit drei Jahrzehnten in Familienbesitz und bietet der Kundschaft Mode, Bettwäsche und Hartwaren zu günstigen Preisen. Das Sortiment umfasst circa 15'000 Produkte in verschiedenen Ausführungen, also circa 40'000 Artikel. Das Unternehmen betreibt mehrere Verkaufsgeschäfte, verschickt jährlich rund 20 Printkataloge, Beilagen sowie Aktionsflyer in hohen Auflagen und zwei Sprachversionen. Dazu betreibt die Firma zwei Webshops je in den Sprachen Deutsch und Französisch.

Seit 2007 setzt Lehner auf Produktinformationsmanagement (PIM) und hat seit 2014 die entsprechende Lösung von Lobster im Einsatz. «Sowohl die programmtechnischen Strukturen von 'Lobster_pim' als auch die hohe Integrationsfähigkeit mit anderen Systemen sowie die Anpassungsfähigkeit an kundenspezifische Anforderungen haben während der Evaluation überzeugt», sagt Aldo Krummenacher, Geschäftsleiter der KRT Media AG. Der Mediendienstleister wurde



Die Artikelstammdaten werden von der Lagerverwaltung im ERP gepflegt, in das PIM-System gespeist und dort vom Produktmanager mit weiteren Informationen angereichert.



vom Versandhändler für die Evaluation eines geeigneten PIM-Systems beauftragt. KRT realisiert seit Jahren die Printprodukte für Lehner und betreibt ihrerseits die MAM-Lösung SixOMC.

Diese Mediendatenbank bei KRT und das PIM-System bei Lehner wirken als Dreh- und Angelpunkt zwischen den diversen Prozessen und legen den Grundstein für effizientes Database Publishing. «Wir sehen PIM- und MAM-Lösungen als zwingende Grundlage für zukunftsfähiges Marketing und ertragreichen Vertrieb. Denn PIM- und MAM-Systeme fungieren als Basis für Multi-Channel-Publishing und E-Commerce», sagt Stefan Schärer, stv. Geschäftsleiter der A&F Computersysteme AG. A&F lieferte und installierte die Systeme sowohl bei KRT als auch beim Versandhaus Lehner und ist weiterhin für den Support der Lösungen zuständig.

PIM und MAM als Drehscheibe für Multi-Channel-Publishing und E-Commerce

PIM- und/oder MAM-Projekte zielen auf Effizienzsteigerung, Kosteneinsparungen und vor allem Informationsaktualität auf allen Kanälen. Multi-Channel-Publishing und E-Commerce fordern insbesondere Letzteres. Den genannten Zielen gerecht zu werden, erfordert eine reibungslose Zusammenarbeit einzelner Systeme.

Bei Lehner lassen sich Workflows ausmachen, die parallel laufen, sich gegenseitig bedingen und damit für stets aktuelle Daten sorgen. (Siehe Grafik Seite 8.)

Auf der einen Seite steht die Lagerverwaltung bei Lehner. Diese hält die Artikelstammdaten im ERP-System auf dem neuesten Stand. Gleichzeitig bewirtschaftet

KRT die MAM-Lösung, bestückt diese also ständig mit aktuellen Logos, Produktbildern, Videos etc.

Beide Systeme liefern an Lobster_pim. Der Produktmanager bei Lehner Versand verfügt stets über aktuelle Artikeldaten inklusive entsprechender digitaler Assets und kann diese bei Bedarf mit weiteren Informationen anreichern. Über PIM erfolgen also die zentrale Aufbereitung und die Ausgabe aller Daten.

«Dank der Integration von Lobster_pim als Drehscheibe zur Ansteuerung der Kommunikationskanäle in Web und Print besitzen wir ein effizientes Tool für höchste Aktualität und Verfügbarkeit.»

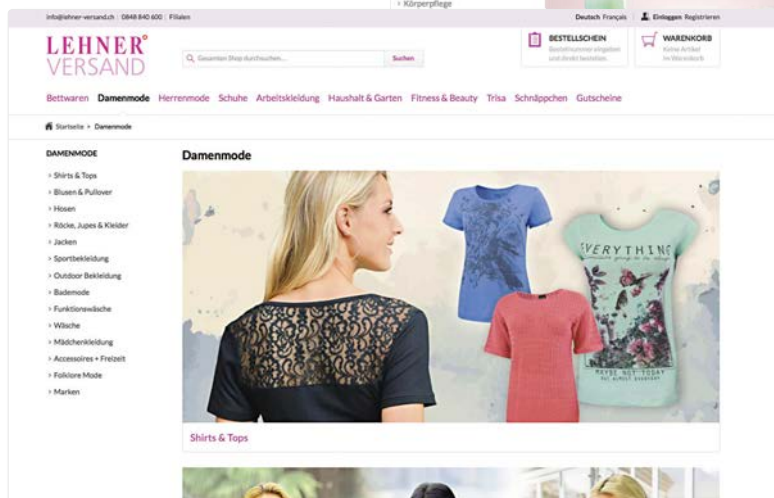
Database Publishing für effiziente Werbemittelproduktion und einträglichen Onlinehandel

«Dank der Integration von «Lobster_pim» als Drehscheibe zur Ansteuerung der Kommunikationskanäle in Web und Print besitzen wir ein effizientes Tool für höchste Aktualität und Verfügbarkeit», resümiert Thomas Meier, Geschäftsführer der Lehner Versand AG. «Die Zentralisierung der Informationen und die hohe Verfügbarkeit für Web und Print sind nicht mehr wegzudenken.»

Die Werbemittelproduktion erfolgt bei KRT. Produktdaten werden gesteuert via Templates, über das Plug-in print:comet direkt in Adobe InDesign ausgeleitet

und für die Gestaltung bereitgelegt. «Auf konventionelle Art wäre die Erstellung dieser Menge an Katalogseiten nicht mehr machbar und ökonomisch unsinnig. Denn Time to Market wird weiter sinken und Multi-Channel ist Realität», sagt Krummenacher.

Die Ausgabe in den Webshop läuft zeitgleich. Die Daten werden aus dem PIM gezogen und an ein Datenkonvertierungs- und -austauschsystem aus dem Haus Lobster übergeben.



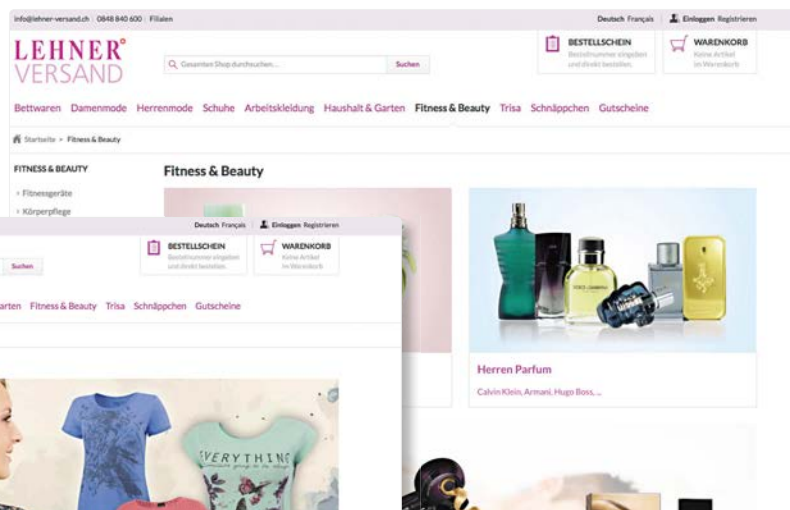
Das Tool dient als Schnittstelle zum Webshop. Lobster_data, so die Bezeichnung, macht erst die Ausgabe in den Webshop möglich und stellt sicher, dass Zusatzinformationen, beispielsweise für die Suchmaschinenoptimierung, korrekt eingesetzt werden.

«PIM- und MAM-Systeme fungieren als Basis für Multi-Channel-Publishing und E-Commerce»

Der Einsatz dieser Datenkonversionslösung begründet sich in der Datenkomplexität und verdeutlicht eine der Hauptschwierigkeiten bei solchen Projekten: grosses Datenvolumen, Mannigfaltigkeit des Vorkommens sowie Diversität der nötigen Ausgabeformen.

Multi-Channel-Publishing und E-Commerce als grosse Chance mit Stolpersteinen

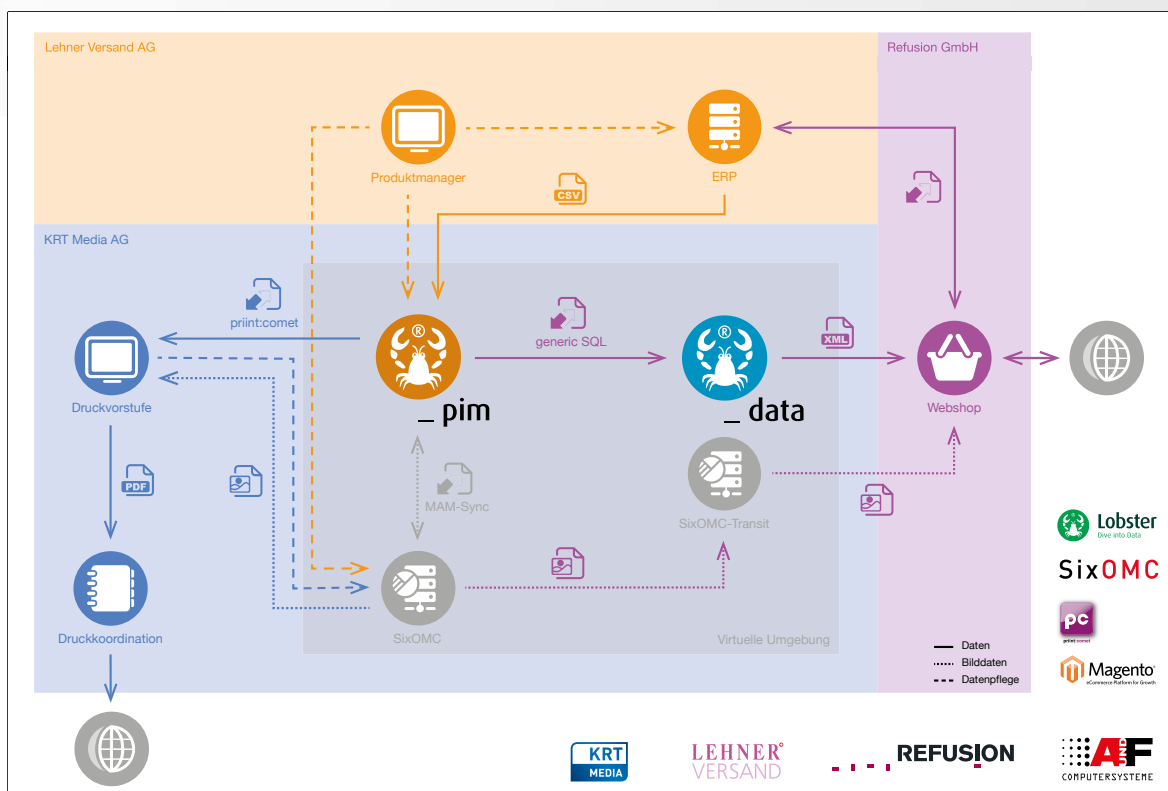
Bei Lehner ist genau das vereint: So finden sich beispielsweise Hosen für Männer, Frauen und Kinder, und dies je in diversen Grössen, Farben, Preiskategorien



Der Lehner Versand bewirtschaftet zwei Shops je in zwei Sprachen.

sowie unterschiedlicher Stückzahl. Die Datenhaltung und die Klarheit darüber, wie sie für einzelne Kanäle vorzuliegen haben, sind fundamental. Es bedarf einer Auslegeordnung der unternehmensinternen Organisation und ihrer Abläufe und einer klaren Darlegung des Sortiments respektive der einzelnen Produkte und der nötigen Daten für die einzelnen Werbemittel.

Eine solche Analyse bietet die Chance, mit Veraltetem aufzuräumen, birgt allerdings auch die Herausforderung, sich zu verdeutlichen, was wann, wie, von wem, wofür, in welcher Form wohin muss. In welchen Strukturen werden die Daten in der Katalogproduktion und im Webshop benötigt? Wie liegen die Artikelstammdaten vor? Wie lassen sie sich am einfachsten konsolidieren? Wie können Informationen für die Suchmaschinenoptimierung zugewiesen werden?



Die Workflows für Multi-Channel-Publishing und E-Commerce bei der Lehner Versand AG.
Dreh- und Angelpunkt sind das PIM-System von Lobster und die MAM-Lösung von SixOMC.

Den Prozess gewissenhaft durchzuführen, also die richtigen Antworten auf die grundlegenden Fragen zu finden, bedeutet zeitintensive Knochenarbeit. Die Belohnung zeigt sich dafür langfristig. Prozesse sind deutlich, Abläufe und Zuständigkeiten klar und die Systeme laufen reibungslos. Damit ist ein ausbau- und zukunftsfähiges Fundament geschaffen.

Multi-Channel-Marketing und E-Commerce als Grundsatzentscheide in der Strategie verankert
Projekte dieser Art fordern, und zwar das ganze Team. Um den nötigen Willen und das nötige Durchhaltevermögen zu haben, bedingen solche Vorhaben ein klares

Bekenntnis der Unternehmensführung. «E-Commerce und Multi-Channel-Marketing müssen Teil der Unternehmensstrategie sein», weiss Schärer. Erfolgreiches E-Commerce ist bereits heute fester Bestandteil zukunftsgerichteter Geschäftsmodelle. «Rund 43% der Bestellungen kommen mittlerweile über die Webshops», bestätigt Meier. «Mit unseren Systemlösungen haben wir nun den Grundstein gelegt, um auf künftige Herausforderungen reagieren zu können.» ■

LEHNER[®]
VERSAND



KRT Media AG ist ein Full-Service-Mediendienstleister für digitale und gedruckte Kommunikation mit einer breiten Angebotspalette von Fotografie über High-End-Bearbeitungen bis zu Printmanagement und Digital Solutions.

Die **Lehner Versand AG** ist ein Schweizer Versandhaus mit Tradition und bietet seit 1983 günstige Angebote in den Bereichen Bettwäsche und Arbeitsbekleidung an. Durch ihr stetiges Wachstum konnte das Sortiment kontinuierlich erweitert werden. Heute hat der Versandhändler auch Artikel in den Bereichen Damenmode, Herrenmode, Schuhe, Haushalt & Garten sowie Fitness & Beauty im Angebot.

«Wir suchen nicht mehr, wir finden!»



Daniel Holliger
Betriebs- und Projektleiter Media Systems
Sales Support
Mitglied der erweiterten Geschäftsleitung

Datenmanagementlösungen erleichtern den Arbeitsalltag. Mühseliges Durchforsten etlicher Ordner und Systeme gehört der Vergangenheit an. Das Medienunternehmen RTK bietet seinen Kunden diese Dienstleistung des effizienten Findens und Verwaltens von Dokumenten und Assets. RTK setzt dafür auf SixOMC. Im Interview berichtet der Verantwortliche über seine Erfahrungen.

Seit einigen Jahren setzen Sie SixOMC als Datenmanagementsystem ein. Worin sehen Sie die drei wichtigsten Vorteile?

D. Holliger: Wir suchen nicht mehr, wir finden! Früher waren Dateien doppelt und mehrfach vorhanden und fanden sich gar teilweise auf internen Discs von Mitarbeitenden. Eine mühselige, zeitaufwendige Suche war vorprogrammiert. Bei 10TB Produktions- und Kundendaten wäre dies nicht mehr zu schaffen. Wir verfügen nun über eine echte Datenstruktur und einen Datenpool. Die Effizienzsteigerung durch SixOMC ist enorm.

Darüber hinaus können unsere Kunden Jobs oder Aufträge selber anlegen. Durch Einsatz von Syncservern sind die Daten dann beim Kunden vor Ort und Mutationen sogleich bei beiden Parteien vorhanden. An eine so enge, effiziente Zusammenarbeit ist ohne das System nicht zu denken. Durch strukturierte Webportale können wir unseren Kunden zusätzlich ein globales Webportal für sämtliche User unternehmensweit mit einem CI-konformen Datenpool und detaillierter Übersicht über sämtliche Aktivitäten bieten.

Wie lief die Integration des Systems bei Ihnen intern ab?

D. Holliger: Selbstverständlich war zu Beginn eine gewisse Skepsis zu spüren. Schliesslich musste die Produktionsweise angepasst werden. Doch wir bezogen unsere Mitarbeiter von Anfang an bewusst mit ein. Wir produzierten sogleich auf dem neuen System und migrierten gleichzeitig fast sämtliche Produktionsdaten. Wir verlebten über drei Monate eine intensive Zeit. Die Beteiligung aller war da sehr wichtig. Da wir nun aber finden und nicht mehr suchen, ist das alles kein Thema mehr.

«Das System ist einfach zu bedienen. Wir benötigen keinen eigens dafür zuständigen Systemadministrator.»

Was müssen Sie pro Woche für die Pflege und/oder Administration des Systems aufwenden?

D. Holliger: Das System ist einfach zu bedienen. Wir benötigen keinen eigens dafür zuständigen Systemadministrator. Das war uns bei der Wahl der Lösung ein wesentliches Anliegen. Insofern fallen einfach, wie bei jedem anderen System, allgemeine Supportaufwände an. Diese übernehmen wir oder übergeben sie A&F.

Warum kaufen die Firmen dann nicht selber ein System?

D. Holliger: Bei grösseren Unternehmen muss so etwas die interne IT durchlaufen. Dies ist aufwendig und dauert lange. Oft fehlt es in der IT-Abteilung auch am nötigen Wissen und an den nötigen Ressourcen. Das Marketing seinerseits wünscht sich Hilfsmittel für die Assetverwaltung, Web-to-Print oder Ähnliches, möchte sich aber so rasch wie möglich wieder seinen Kernaufgaben widmen. Da kommen wir ins Spiel. Unsere Stärke ist der Umgang mit Dokumenten oder Assets. Mit SixOMC wurden wir zum Datenhoster und können unsere Kunden tatkräftig bei deren Arbeit unterstützen. Wir garantieren dazu Sicherheit, denn die Kundendaten liegen in unserer Cloud in Kloten.



SixOMC

Welche Unterhaltskosten entstehen jährlich?

D. Holliger: Sicher die jährlichen Wartungskosten für die Systemsoftware. Doch damit erhalten wir meist Funktionserweiterungen, womit wir die Bedürfnisse unserer Kunden noch besser abdecken können. Hin- und wieder sind die Kunden uns insofern wichtig und nützlich. Die geben wir auch an den Hersteller weiter. Zusatzkosten können entstehen, wenn durch ein Update eine Prüfung der kundenseitigen Webportale notwendig ist. Diese Kosten halten sich allerdings im Rahmen. Dafür sehen unsere Kunden, dass wir bestrebt sind, stets bestens gerüstet zu sein.

Welche Anforderungen stellen Ihre Kunden an das System?

D. Holliger: Das System muss kostengünstig und schnell integriert sein sowie einfach in der Bedienung – dies gelingt insbesondere durch ein Webportal. Daneben wollen die Kunden die Effizienzsteigerung spüren. Wichtig ist auch, dass dem Marketing sämtliche Daten zur Verfügung stehen, aber allen anderen Usern nur die zur Verwendung freigegebenen. Das Rechte- und Rollenmanagement kann einfach vom Kunden bedient werden. Genauso können Verwendungszeiträume bestimmter Assets festgelegt werden.

Können Sie durch SixOMC die Kundenbindung stärken oder Neukunden gewinnen?

D. Holliger: Beides. Ohne SixOMC könnten wir nie dieselben Leistungen erbringen und denselben Mehrwert versprechen. Wir können Effizienzsteigerung beim Datenmanagement garantieren. Dies überzeugt besonders bei der Gewinnung von Neukunden. Natürlich benötigt man auch ein gewisses Verständnis der Materie und Kenntnisse über das System. Damit binden wir unsere Kunden.

«Wir können Effizienzsteigerung beim Datenmanagement garantieren. Dies überzeugt besonders bei der Gewinnung von Neukunden.»

Sie setzen mehrere Systeme ein. Welche fördern die Kundenbindung am meisten?

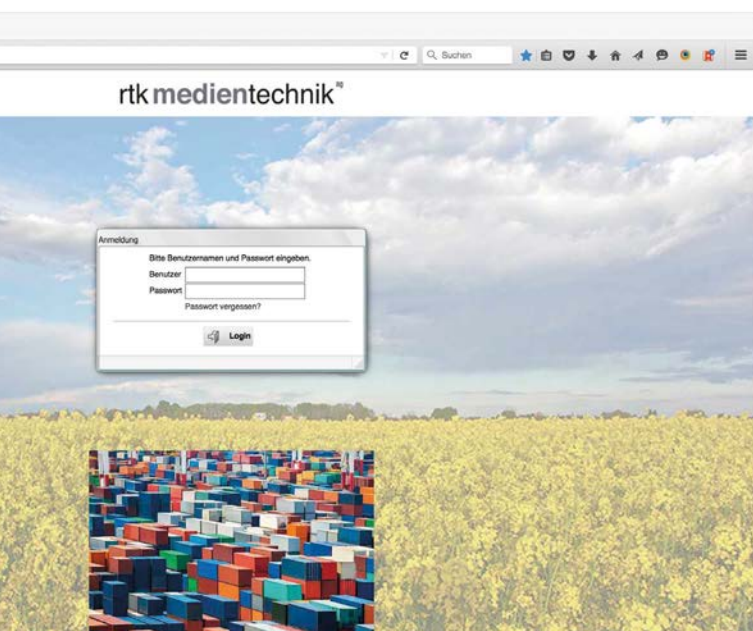
D. Holliger: Die SixOMC-Medienmanagement- und unsere Web-to-Print-Lösung würde ich als Favoriten nennen. Mit dem Einsatz mehrerer Systemlösungen können wir den heutigen Kundenanforderungen erfolgreich begegnen.

Entsteht eine Abhängigkeit von einem Datenmanagementsystem?

D. Holliger: Mit jedem System setzen Sie sich einer Abhängigkeit aus. Bei der Evaluation des Systems war uns wichtig, dass wir einerseits eine stabile Lösung einsetzen, die erweiterbar ist, und wir andererseits einen Fachpartner wie A&F im Boot haben. ■

Herr Holliger, besten Dank für das Gespräch.

rtk medientechnik^{ag}
media systems & services



Über Webportale greifen die User kundenseitig auf die Daten zu. Die Rechte- und Rollenverwaltung regelt die Möglichkeiten der einzelnen Nutzer.

Vorhang auf für SixOMC 9.7

Einfach schneller besser: Ganz nach diesem Motto entwickelte die Six Offene Systeme GmbH in den letzten Monaten zahlreiche neue Features und optimierte bestehende Funktionalitäten ihres Media-Asset-Management-Systems SixOMC. Im Fokus der neuen Version SixOMC 9.7 stehen, laut Hersteller, der Nutzer und seine Bedürfnisse.

Konsequentes Media- und Digital-Asset-Management (MAM/DAM) fordert eine übergreifende Medien- und Produktionsdatenbank für intelligente und automatisierte Dossier- und Auftragsverwaltung der Publishing-Prozesse. Das bedeutet, die Kosten des Bearbeitungs- und Bereitstellungsprozesses von multimedialen Objekten zu senken. Dabei ist Medienmanagement eine bereichsübergreifende Aufgabe. SixOMC unterstützt alle Anwendergruppen, die in Publishing- und Produktionsprozesse involviert sind.

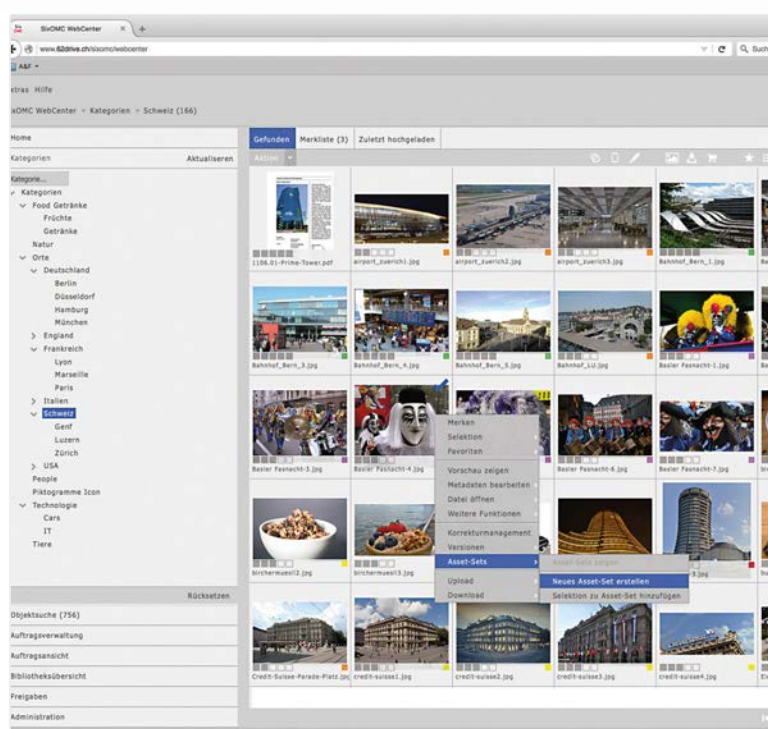
Seit Oktober ist die neue Version des Media-Asset-Management-Systems aus dem Hause Six verfügbar. Die Eckpfeiler des aktuellen Release sind die Themen Metadatenqualität, Usability und digitale Workflows. «Im Mittelpunkt des Release 9.7 steht die weitere Optimierung von Prozessen, die mit SixOMC abgewickelt werden – und zwar sowohl aus Sicht der täglichen Benutzer als auch aus Sicht der Prozessgestalter, der Manager, Administratoren und Controller», so Silvia Cunningham, Produktmanagerin SixOMC der Six Offene Systeme GmbH.

Optimierung der Metadatenqualität

Tippfehler, «Kreativität» bei der Benennung, uneinheitliche Formatierungen oder falsch ausgefüllte Felder führen zu Inkonsistenz und sind ein alltägliches Ärgernis bei der Verschlagwortung von Assets.

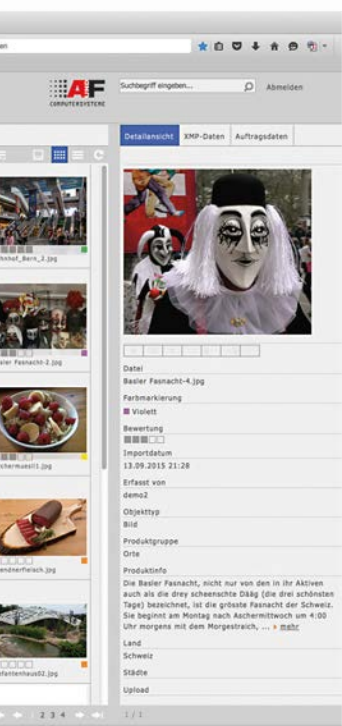
Zukünftig sorgen Features wie vorgegebene Schlagwortlisten, Autovervollständigung (Type-Ahead-Funktion) und Validierungsregeln laut dem Anbieter für eine nahezu fehlerfreie Verschlagwortung, schnellere Suchergebnisse und eine durchgängig hohe Qualität der Metadaten.

Die Funktion **Controlled Vocabulary** unterstützt beispielsweise eine einheitliche fehlerfreie Verschlagwortung durch vorgegebene Schlagwörter. Die «flexible» Benennung von Assets wird so verhindert. Mit dem neuen Feldtyp **Schlagwortfeld** werden individuell kon-



Aufgeräumt und Benutzerfreundlich, so präsentiert sich das neue Userinterface im Webcenter...

figurierbare Datenfelder als Schlagwortfeld definiert. Der Administrator hinterlegt für das Feld zulässige Schlagwortlisten und unterbindet so die «Kreativität» bei der Verschlagwortung. Die **Type-Ahead-Funktion** (Autovervollständigung) ihrerseits bietet sowohl bei der Benennung als auch bei der Suche passende Bezeichnungen an. Mittels **Feldvalidierungen** wird sichergestellt, dass Daten vollständig und fehlerfrei eingepflegt werden. Hilfetexte und Beispiele unterstützen die Anwender bei der Eingabe. Mithilfe von Regular Expressions wird geprüft, ob die Syntax der eingegebenen Daten korrekt ist.



Beschleunigte Prozesse durch digitale Workflows

Eine ZIP-Datei erzeugen, Bilder in InDesign platzieren oder eine Photoshop-Aktion ausführen: Mithilfe von **Robots** werden sämtliche Arbeitsschritte und Routineaufgaben automatisiert. Neu ist dies auch im Web-Client möglich. Eine Auswahl an oft benötigten Robots findet sich bereits in der Basisversion von SixOMC 9.7.

Mittels **Asset-Sets** ist das Finden von zusammengehörenden Assets, z.B. aller Komponenten einer Werbekampagne oder Abbildungen eines Produkts, mit wenigen Klicks möglich, wobei das Set übersichtlich in einem eigenen Tab bereitgestellt wird. Asset-Sets können jetzt auch im WebClient angelegt, umbenannt und aufgelöst werden.

In der Version 9.7 des Media-Asset-Management-Systems von Six werden Vorschaubilder und Thumbnails diverser Formate schneller erzeugt. Aufgrund des optimierten Ressourcenverbrauchs bei der Vorschaubildgenerierung werden beispielsweise Vorschauen bei mehrseitigen PDF-Dokumenten rund 40% schneller erstellt, so der Hersteller.

Optimierung der Usability

Höhere Übersichtlichkeit und einfachere Bedienung versprechen komfortableres Arbeiten. Verbessertes Benutzermanagement erleichtert das Anlegen von neuen Nutzern. Administratoren brauchen keine manuellen Schritte mehr zu tätigen, sondern können bequem eine Benutzerliste als CSV-Datei in SixOMC importieren. Automatisch legt das Tool die Benutzer inklusive zugeordneter Workspaces an.

Objekte, Aufgaben, Favoriten und Termintreue bleiben durch persönlich zusammengestellte Gadgets im Dashboard immer im Blick. Ein neu strukturiertes Kontextmenü sorgt zukünftig für mehr Übersichtlichkeit. Für den schnellen Zugriff sind häufig verwendete Funktionen komfortabel über die Toolbar erreichbar. Per Klick auf das entsprechende Icon wird die gewünschte Aktion direkt ausgeführt. Die Version 9.7 kommt also mit einer deutlich intuitiveren Benutzeroberfläche.

Um Veränderungen eines Assets innerhalb seines Lebenszyklus nachvollziehbar zu machen, bietet SixOMC die Möglichkeit der Versionierung – jetzt auch mit Versionsverwaltung im WebClient. Standardmässig wird in der Ergebnisliste nur die aktuelle Version eines Assets angezeigt. Dies bedeutet nicht nur mehr Übersichtlichkeit, sondern auch eine geringere Fehlerquote, da nur die aktuelle Version verwendet werden kann.

Zeitgleich mit dem neuen Release launcht der Hersteller neue Versionen der SixOMC-Plug-ins für Adobe InDesign und Microsoft Office. ■

SixOMC

SixOMC 9.7 kostenlos online testen

A&F bietet Interessierten an, die Funktionen des Media-Asset-Management-Systems kostenlos auszuprobieren. Über die Firmenwebsite kann hierzu ein Onlinezugang angefordert werden.

www.a-f.ch/sixomc-testen

Mehr Multi-Channel-Performance mit CS-15.0

Mit seinem aktuellen Release CS 15.0 liefert der Softwarehersteller Contenterv eine ganze Reihe neuer und verbesserter Funktionalitäten zur Optimierung der Usability, zur Vereinfachung der Prozesse im Database Publishing und zur Steigerung der Performance bei Datenintegration und -export für Multi-Channel-Anforderungen. Die Highlights sind hier kurz zusammengefasst.

Das Enterprise Marketing Management System (EMMS) der Contenterv GmbH ermöglicht durch professionelle, webbasierte Softwarelösungen eine effiziente und transparente Abwicklung von Marketing- und Informationsprozessen sowie die Sicherstellung hochwertiger Qualität. In diesem Jahr stellt der Hersteller die neueste Version seiner Enterprise-Marketing-Information-Management-Lösung CS-15.0 vor.

Hohe Geschwindigkeit beim Import von Daten

Die neue ESA Import Database beschleunigt die Integration von umfangreichen, heterogen strukturierten Daten aus unterschiedlichen Datenquellen. Dadurch wird es möglich, Importe, die zuvor bis zu zwanzig Stunden dauern konnten, in nur einer halben Stunde durchzuführen und Daten unabhängig von Form, Format, Geschwindigkeit oder Lage normalisiert in das Enterprise Marketing Management System zu integrieren. Mit geringstmöglichem Aufwand lassen sie sich so aus umgebenden Systemen, wie z.B. SAP, importieren, regelmässig aktualisieren und synchronisieren, ohne dabei Redundanzen zu erzeugen.

Einfachere Bereitstellung von Daten

Mit der neuen ESA Export Database schliesst sich der Datenkreislauf. Diese ermöglicht es, die häufig sehr komplexen Produktdaten in einer flachen, einfachen Struktur weiteren Anwendungen zur Verfügung zu stellen. So kann z.B. die regelmässige Auslieferung grosser Datenmengen

an Shop- und Marktplatz-Systeme hoch automatisiert abgebildet werden. Die Exporte laufen vollautomatisch ab und müssen nur einmal eingerichtet werden.

Übersichtliche Anzeige der verwendeten Daten

Der frühere Verwendungsnachweis wird mit CS-15.0 durch die neuen CORE Usages abgelöst. Mit diesen kann an jedem einzelnen Objekt (auch an Klassen,

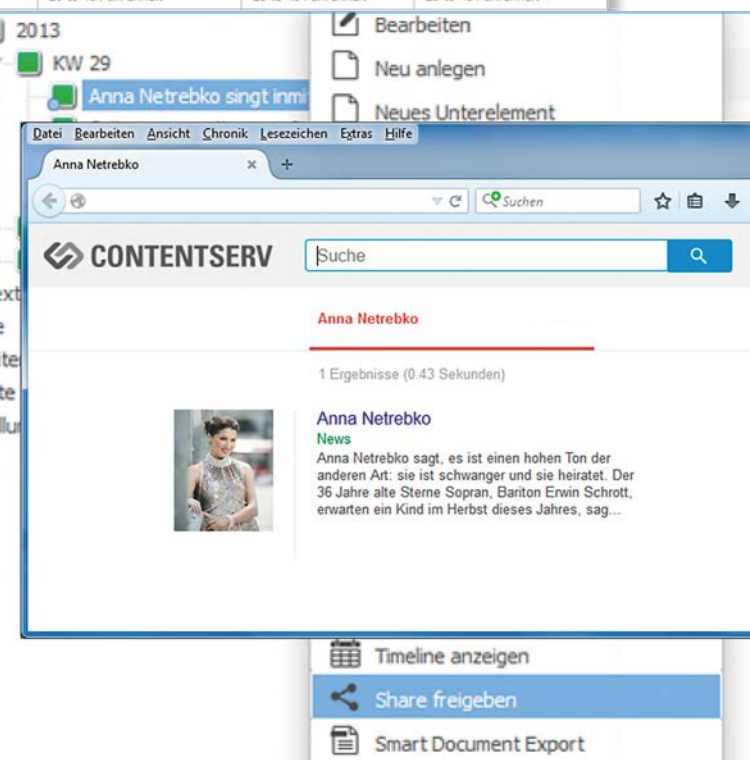
The screenshot shows the PIM Studio interface with a sidebar on the left containing a tree view of product categories like 'Stammdaten', 'Produkte', 'Media Player', 'Shuffle Player', 'Touch Player', 'Nano Player', 'Classic Player', 'Bücher', 'Zubehör', 'Import', 'Demo', 'News', 'Textbausteine', 'Favoriten', 'Exporte', and 'Einstellungen'. The main window displays a product detail view for 'Shuffle Player 1 GB Blau' with a price of 89.00. A 'Verwendungsnachweis' (Usage Evidence) window is open, showing a table of product usage data.

ID	Bezeichnung	Ausgedruckt von	Status	Zuständer	Zugriff
62	Media Player		Produkt Workflow - Akzeptiert	admin	
64	Nano Player		Produkt Workflow - Akzeptiert	admin	
65	Classic Player		Produkt Workflow - Akzeptiert	admin	
66	Touch Player		Produkt Workflow - Akzeptiert	admin	
67	Shuffle Player		Produkt Workflow - Akzeptiert	admin	
68	Nano Player 4 GB Silber		Produkt Workflow - Akzeptiert	admin	
69	Nano Player 8 GB Schwarz		Produkt Workflow - Akzeptiert	admin	
70	Nano Player 8 GB Grün		Produkt Workflow - Akzeptiert	admin	
71	Nano Player 8 GB Silber		Produkt Workflow - Akzeptiert	admin	
72	Nano Player 8 GB Blau		Produkt Workflow - Akzeptiert	admin	
73	Classic Player 80 GB Silber		Produkt Workflow - Akzeptiert	admin	
74	Classic Player 80 GB Schwarz		Produkt Workflow - Akzeptiert	admin	
75	Touch Player 16 GB		Produkt Workflow - Akzeptiert	admin	
76	Shuffle Player 1 GB Blau		Produkt Workflow - Akzeptiert	admin	
77	Shuffle Player 1 GB Magenta	admin	Produkt Workflow - Akzeptiert	admin	
78	Shuffle Player 1 GB Orange		Produkt Workflow - Akzeptiert	admin	

CORE Usages: Der neue Verwendungsnachweis in Contenterv

CORE Table Configurator: Wunschtabelle auf Basis von Standards zusammenstellen

	Shuffle Player 1 GB Magenta	Shuffle Player 1 GB Blue	Shuffle Player 1 GB Orange
			
	41,20 mm	41,20 mm	41,20 mm
	27,30 mm	27,30 mm	27,30 mm
	10,53 mm	10,53 mm	10,53 mm
	15,00 g	15,00 g	15,00 g
	20 Hz to 20.000 Hz	20 Hz to 20.000 Hz	20 Hz to 20.000 Hz
	32 Ohm	32 Ohm	32 Ohm
	0 to 35 Fahrenheit	0 to 35 Fahrenheit	0 to 35 Fahrenheit
	-20 to 45 Fahrenheit	-20 to 45 Fahrenheit	-20 to 45 Fahrenheit



ESA-OpenShare-Erweiterung: Teilen von Inhalten

Attributen und Wertelisten) ein Verwendungsnachweis aufgerufen werden. So ist jederzeit transparent, wo welche Daten verwendet werden und vermeintlich nicht mehr verwendete Produktattribute können vor dem Löschen auf Abhängigkeiten geprüft werden.

Präzisere Suche und bequemerer Teilen von Daten

Der neue ESA OpenSearch Connector erlaubt es Anwendern, schnell und gezielt nach gespeicherten Objekten wie Produkten, Bildern und Dateien zu suchen – auch aus anderen Anwendungen, wie Windows Explorer, Webbrowser, SAP oder Sharepoint heraus – und sie weiterzuverarbeiten, ohne dafür im System eingeloggt sein zu müssen. Die OpenShare-Erweiterung erlaubt es zudem, Informationen zu teilen und so auch externen Personen zur Verfügung zu stellen.

Tabellen durch Vorlagen einfacher erstellen

Tabellen stellen in fast jedem Projekt eine Herausforderung dar. Egal ob man eine Produktübersicht, eine Zubehörliste oder eine Optionstabelle für ein Dokument oder eine Website benötigt. Der neue CORE Table Configurator ermöglicht es, strukturierte, wiederverwendbare Tabellentemplates für die Darstellung von Produktinformationen zu erstellen und in verschiedene Kanäle beim Database Publishing auszuleiten. Mit geringem Aufwand lassen sich einfache Tabellen bis hin zu komplexen Pivot-Tabellen mit Bildern, Texten, Zahlen oder zusammengefassten Werten für verschiedene Einsatzzwecke und Sprachen konfigurieren und erstellen. ■

CONTENTSERV

Mehr über die 2015 in den «Market Performance Wheels» von LNC als technologisch führend – sowohl bei PIM- als auch bei MAM-Systemen – ausgezeichnete Lösung ist online zu finden.

www.a-f.ch/software/contentserv

SixOMC Box: ein komplettes MAM zu attraktiven Konditionen

SixOMC

SixOMC bietet mit dem Box-Produkt ein komplettes Media Asset Management (MAM) zu einem sehr attraktiven Einstiegspreis (ab 9800 CHF). Das heisst, es wird mit einem Mandanten, aber mit dem vollen Funktionsumfang einer Komplettlösung gestartet. Somit kann man kostengünstig einem Kunden eine Workflowlösung im Assetmanagement anbieten oder innerhalb einer Abteilung flexibel ein MAM einführen.

Die zwei Hauptbereiche digitale Dossiers und Asset Libraries sind nun getrennt zu erwerben. Die flexiblen Workspaces bei SixOMC lassen in Bezug auf die Sichtbarkeit der Assets keine Wünsche offen und die Userverwaltung ist sehr granular aufgebaut. Das Box-Produkt ist auch in Bezug auf die IT-Integration flexibel und in einem Tag in einer VMware-Umgebung integriert. Ob die Assets nach Belieben kategorisiert oder mit eigenen Suchfeldern, Schlagwörtern versehen werden, kann einfach und schnell konfiguriert werden. Das Datenbanksystem bietet viele Möglichkeiten und erfüllt die täglichen Anforderungen. Die Anwender benötigen keinen lokalen Client, ein Standardbrowser genügt. Für die Administration stehen Clients zur Verfügung für die flexible Erweiterbarkeit der Metadaten.

Für weitere Informationen wenden Sie sich an:

Guido Steger | gsteger@a-f.ch

PlugRASTER-HDin: der Druck von Bildern in HD



OneVision stellt neue Technologie vor, welche Druck in Fotoqualität ermöglicht.

Mit der RIP-Software PlugRASTER-HDin gelingt es, Bilder zu drucken, die FM-Raster-Qualität aufweisen, ohne den Aufwand in der Vorstufe zu erhöhen. Möglich ist dies, weil das neue Rasterverfahren quasi das Beste aus FM und AM in der Homogeneous-HD-Technologie vereint. Selbst kleinste Details in heiklen Bildpartien werden gut erkennbar dargestellt. Das feine Raster ermöglicht einen grösseren Farbraum und ist weniger anfällig für Ungenauigkeiten – dies gilt auch für den Zeitungsdruck.

Die Vorteile zeigen sich entsprechend:

- Die zuverlässige OneVision-Technologie erlaubt den Verzicht auf eine Plattenkontrolle dank der Übereinstimmung der Daten im Workflow und auf der Druckplatte.
- In der brillanten Druckqualität ziehen die Bilder die Blicke der Leser auf sich, die Attraktivität des Druckprodukts steigt, was Anzeigenkunden freut.

Für weitere Informationen wenden Sie sich an:

Martin Wicki | mwicki@a-f.ch

Switch 13: jetzt noch einfacher zu effizientem Workflow



Enfocus liefert Nutzern mit Switch 13 noch mehr Tools, um Flows zu erstellen, dabei die Übersicht zu behalten und die Verarbeitung von Dateien zu beschleunigen.

Die wichtigsten Verbesserungen:

- Protokollmeldungen lassen sich neu in einer browserbasierten Benutzeroberfläche anzeigen und sortieren. Dabei können Filtereinstellungen gespeichert und zu den Favoriten/Lesezeichen hinzugefügt werden.
- Filter für Debug-Meldungen, insbesondere hilfreich beim Entwickeln und Testen von neuen Flows.
- Deutlich verbesserte Performance.
- Eine optimierte Benutzeroberfläche mit neuen Bildsymbolen und ein zusätzliches Icon für automatisch verwaltete Ordner erhöhen die Übersicht.

- Ein unsichtbares Raster hilft, eine Grundordnung der Flow-Elemente zu bewahren. Ein zeitaufwendiges Bereinigen der Elemente erübrigt sich dadurch.
- Beibehaltung von Flow-Gruppen bei Export/Import.
- Support von CC2015 und Acrobat DC.
- Geskriptete Plug-ins ermöglichen Enfocus, schneller auf neue Releases von Adobe zu reagieren.

Für weitere Informationen wenden Sie sich an:

Martin Wicki | mwicki@a-f.ch

EMC VNXe 1600, eine Speicherlösung, die es in sich hat (inkl. FULL-Flash-Lösung)



An der VMworld 2015 präsentierte EMC ein echtes Schmuckstück, das Entry-Raidsystem VNXe 1600. Das System ist zwar der kleine Bruder des erfolgreichen VNXe 3200, wurde aber vor allem in Bezug auf Preis und Funktionsumfang perfekt an KMU und deren virtuelle Serverlösungen angepasst. Und das lässt sich in der Tat wie folgt präsentieren:

- redundante Raid Controller, FastCache
- 8- oder 16-Gbit-Fibre-Channel, 10-Gbit-iSCSI
- 900-GB-6BG/s-SAS-Disc, 100/200/800-GB-Flash-Disc
- ausbaubar bis zu 200 Discs, 7x24 Support

Durch die hohe Portdichte lassen sich drei ESX-Hosts direkt über Fibre Channel anschliessen ohne Anschaffung redundanter SAN Switches. Die Software bietet schon im Standard alle professionellen Features, wie Thin Provisioning oder asynchrone Block Replication. Das gab es vorab nur mit Zusatzkosten. Mit FastCache kann die Leistung massiv erweitert werden. Das Highlight ist aber wirklich, eine kostengünstige FULL-Flash-Lösung zu erwerben. Da 200 Discs unterstützt werden, lassen sich Raid-LUNs in jeder flexiblen Grösse und High-End-Performance, z.B. für Datenbanken, realisieren. Das gab es vor Kurzem nur im High-End-Bereich, verbunden mit hohen Kosten. Der gewohnte Support, 7x24, steht auch im Entry-Bereich zur Verfügung. EMC bietet mit VNXe 1600 eine performante, kostengünstige Storagelösung mit echtem Mehrwert.

Für weitere Informationen wenden Sie sich an: Guido Steger | gsteger@a-f.ch

Content-Erlebnisse schaffen, simpel gemacht

In der modernen Medien- und Marketingwelt ist es entscheidend, dem Kunden auf allen Endgeräten und über jeden Kanal beeindruckende Inhalte zu liefern, also interaktive Content-Erlebnisse zu bieten. Um die Effizienz bei der Publikation solcher Inhalte zu steigern, bedarf es eines simplen, einfach zu bedienenden Tools. Genau da setzt Inception von WoodWing an.

86% der deutschen Onliner zwischen 14 und 59 Jahren sind Multi-Screener. Heisst, sie nutzen mehrere screenbasierte Endgeräte parallel. Der typische Multi-Screen-User konsumiert pro Tag 417 Minuten Inhalte am Bildschirm, wobei davon 35% auf dem Smartphone, 26% am Laptop und 12% am Tablet. Schweizer Nutzer ihrerseits sind europaweit mitführend, wenn es um die Internetnutzung über mobile Geräte geht.

«Inception ist so einfach zu bedienen, es zeigt wahrlich, wie Digital Publishing sein sollte, wie es sein wird.»

Der heutige Konsument ist auf jedem Gerät und in jedem Kanal teilweise sogar parallel unterwegs und er will überall interaktive spannende Inhalte. Solche Erkenntnisse und entsprechende Studienergebnisse fordern Werbetreibende, Marketingfachleute oder Journalisten. Als Contentproduzenten müssen sie stets und überall für überzeugende Inhalte sorgen. Damit dies rasch und einfach geht, helfen Lösungen wie WoodWing Inception.

Einfachheit gibt den Ton an

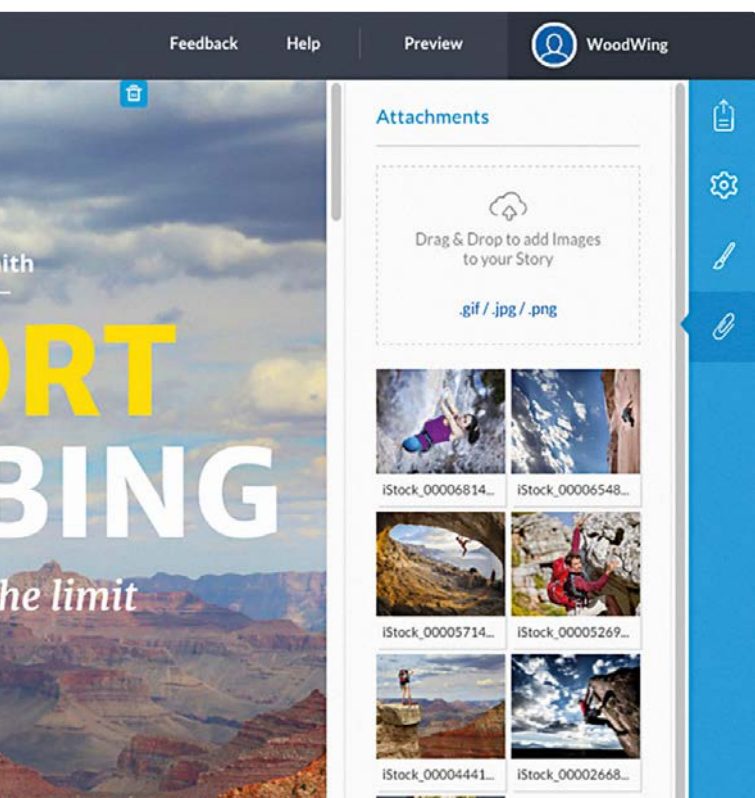
«Inception zu zeigen, macht Spass», sagt Urs Felber, Geschäftsführer der A&F Computersysteme AG. «Inception ist so einfach zu bedienen, es zeigt wahrlich, wie Digital Publishing sein sollte, wie es sein wird.» Nach einer mehrmonatigen Testphase stellte WoodWing in diesem Herbst das cloudbasierte Werkzeug Inception weltweit zur Verfügung. Das Tool erlaubt es, geräteunabhängige HTML5-Inhalte zu kreieren, ohne dass spezifische Codierfähigkeiten erforderlich sind. Ganz simpel, ohne ausgereifte Entwicklerkenntnisse, kann responsiver Inhalt erstellt und in einen beliebigen Kanal ausgegeben werden. Die Einfachheit der Bedienung und Contenterstellung befördert WoodWing Inception zu einem zukunftsweisenden Digital-Publishing-Werkzeug.



Der Inception-Editor verbindet die Funktionalität eines professionellen Werkzeugs mit der Benutzerfreundlichkeit eines Verbraucherprodukts.

Artikel sind simpel komponiert

Der Inception-Editor verbindet die Funktionalität eines professionellen Werkzeugs mit der Benutzerfreundlichkeit eines Verbraucherprodukts. Das HTML-Autorenwerkzeug arbeitet mit einem artikelbasierten Ansatz. Vorlagen einzelner Artikelkomponenten, wie Titel, Untertitel, Überschrift, Headline, Lead, Lauftext, Legende, Zitat, Bild, Video, Slideshow usw., stehen für



Das cloudbasierte Autorenwerkzeug Inception ermöglicht Marketingabteilungen, Agenturen oder Verlagen, basierend auf anpassbaren Vorlagen, eine schnelle und einfache Erstellung von HTML5-Inhalten.

die Komposition eines HTML5-Artikels bereit. Die Ausgestaltung der HTML5 / CSS-Templates erfolgt kundenspezifisch, wobei die Erstellung und Ausgabe des Contents Ton in Ton mit dem Corporate Design bleibt. Darüber hinaus lässt sich während der Kreation eines Artikels nach jedem einzelnen Schritt mit einem Klick eine Vorschau für diverse Geräte generieren.

Inhalte sind simpel dirigiert

Ist die Story komponiert, wird sie direkt ohne zusätzliches Codieren in die diversen digitalen Kanäle dirigiert. Die Ausgabe der Inhalte erfolgt responsiv, für alle (mobilen) Geräte optimiert. Der HTML5-Content kann als Beispiel direkt in Adobe DPS ausgespielt werden. Die Unterstützung von Facebook Instant Articles, Apple News oder WebCMS folgt in Kürze.

Immer wieder gespielt

Inception ist eine browserbasierte Lösung und steht über die Cloud von WoodWing zur Verfügung. Dies erlaubt ein vereinfachtes Zusammenspiel von internen Mitarbeitern und externen Partnern. Eine Integration mit WoodWing Elvis DAM und Enterprise ermöglicht die Er-, Ver- oder Weiterverarbeitung von Inhalten durch Freelancer und Mitarbeiter. Dies bewirkt eine effiziente und einfache Mehrfachnutzung von bestehenden Print- und/oder Onlineinhalten. Eine Geschichte wird einmal arrangiert und stilgerecht immer wieder verwendet. ■



inception

Inception-Demotermin vereinbaren

Mit dem HTML5-Autorenwerkzeug erstellen Sie bestechend einfach interaktiven und responsiven Content. Für einen Demotermin kontaktieren Sie bitte unsere Frau Stephani.

Priska Stephani | pstephani@a-f.ch

Bald ist er da, der neue VivaDesigner 9

Aktuell entwickelt der Softwarehersteller VIVA die neuen Versionen seiner Produkte. Im Fokus steht dabei klar die Überarbeitung des Corporate-Publishing-Tools VivaDesigner. Die neue Version erscheint Anfang 2016 auf dem Markt.

«Mit den Produkten von VIVA verfügt die A&F Computersysteme AG über hervorragende Tools, welche die Anforderungen im Corporate und Database Publishing optimal erfüllen», sagt Andreas Sattlegger, System Engineer Application bei A&F.

Der VivaDesigner überzeugt als Lösung, welche den Ansprüchen und Fähigkeiten eines Profis genauso gerecht wird wie denjenigen eines Laien. Anfang des nächsten Jahres erscheint eine komplett überarbeitete Version des VivaDesigner, der VivaDesigner 9. Die Weiterentwicklungen, Verbesserungen und Neuerungen lassen sich dabei wie folgt listen.

Verbesserte Benutzerführung

Die neue Version des Corporate-Publishing-Tools aus dem Hause VIVA kommt mit einer neu entwickelten Benutzeroberfläche. Darüber lassen sich Paletten stapeln, minimieren, herausklappen und zu neuen Gruppen zusammenfassen. Eine querformatige Palette «Schnellzugriff» enthält die wichtigsten Funktionen.

Neue Script-Technologie

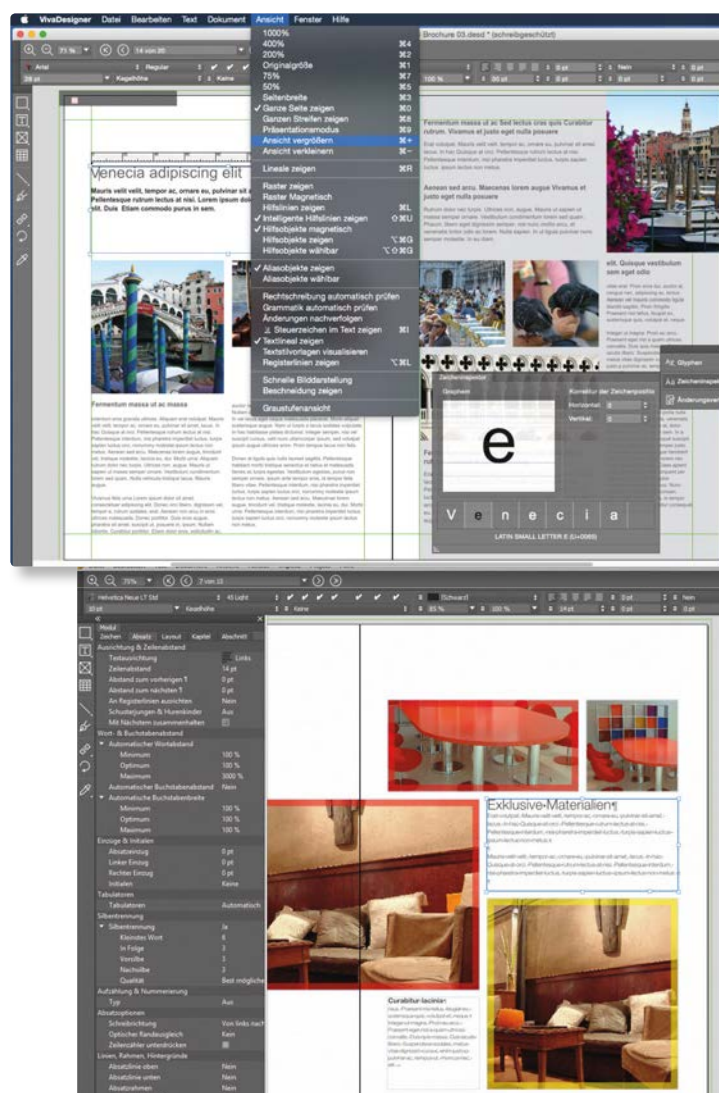
Künftig lassen sich Arbeiten automatisieren. Eine Script-Technologie ermöglicht es dem Nutzer, mittels Scripts komplexe Operationen ausführen zu lassen oder neue Funktionen zu erstellen. Bei Bedarf lässt sich eine vollautomatische Steuerung von Dokumenten, Seiten, Objekten, Ebenen, Texten, Bildern, Tabellen, Farben oder Stilvorlagen einrichten.

64-Bit-Unterstützung und 2-Gigabyte-Dokumente

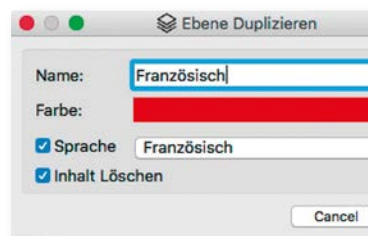
Der VivaDesigner 9 wird als 32-Bit- oder 64-Bit-Version verfügbar sein und neu auch Layoutdateien von mehr als zwei Gigabyte unterstützen.

Neuer PSD- und PSB-Import

In die neue Version des Publishing-Tools werden sich native Photoshop-Dateien (PSD, PSB) importieren



So sieht die komplett neu entwickelte Benutzeroberfläche des «VivaDesigner 9» im Zusammenspiel mit «OSX» (oben) und «Windows» (unten) aus.



Die neuen Ebenenfunktionen.



und die entsprechenden Dateien mit Bild-ebenen bearbeiten lassen. Dies ermöglicht das Ein- oder Ausschalten einzelner Bildkomponenten direkt im Programm. Ausserdem werden in der Version 9 auch Bilder im verlustfreien JPEG2000-Format unterstützt.

Neuer HTML-Import

Der VivaDesigner 9 kommt mit Funktionen für einen HTML-Import. Texte und deren Attribute lassen sich einfach importieren. Die in HTML verwendeten Tags oder Klassendefinitionen werden automatisch auf bestehende Stilvorlagen adaptiert. Auf diese Weise können Texte in einer beliebigen Browseranwendung erfasst und im VivaDesigner in unterschiedlichen Stilen und doch immer typografisch korrekt dargestellt werden. Dies verläuft vollautomatisch ohne jegliche Programmierung, komplizierte Abbildungstabellen oder manuelle Nachbearbeitung. Der HTML-Import verbessert im Besonderen die Zusammenarbeit mit Redaktions- oder CMS-Systemen sowie mit den Viva Publishing-Servern.

Neue Code-Optionen

Ohne Zusatzsoftware wird im neuen VivaDesigner das Erstellen von über 30 verschiedenen, populären Codes wie QR- oder Micro-QR-Code, EAN, UPC, ISBN, Pharmacode, Code One usw. möglich sein.

Effekte für PDF/X-4 und PDF/X-5

«Schatten nach innen», «Schein nach innen und aussen», «Farbüberlagerung» oder der neuartige «Reflexionseffekt»: Effekte können auf Objekte angewendet, mithilfe der Preflight-Optionen in den Dokumenten überprüft und dank der nativen Transparenzunterstützung von PDF/X-4 und PDF/X-5 korrekt ausgegeben werden.

Neue Ebenen-funktionen

In der kommenden Version finden sich nützliche neue Ebenenfunktionen, wie das Duplizieren einer Ebene mit optionaler Übernahme der Inhalte und automatischer Zuweisung einer Sprache. Dies wird bei Übersetzungen das Löschen von Inhalten einer Sprachvariante und die Zuweisung der neuen Zielsprache für jedes einzelne Textobjekt im Dokument ersparen. In Kombination mit dem Modul «Team Publishing» können darüber hinaus alle Objekte einer Ebene auf Knopfdruck einer Aufgabe zugewiesen werden.

Neue Steuerungsoptionen für Ansichten und Ebenen

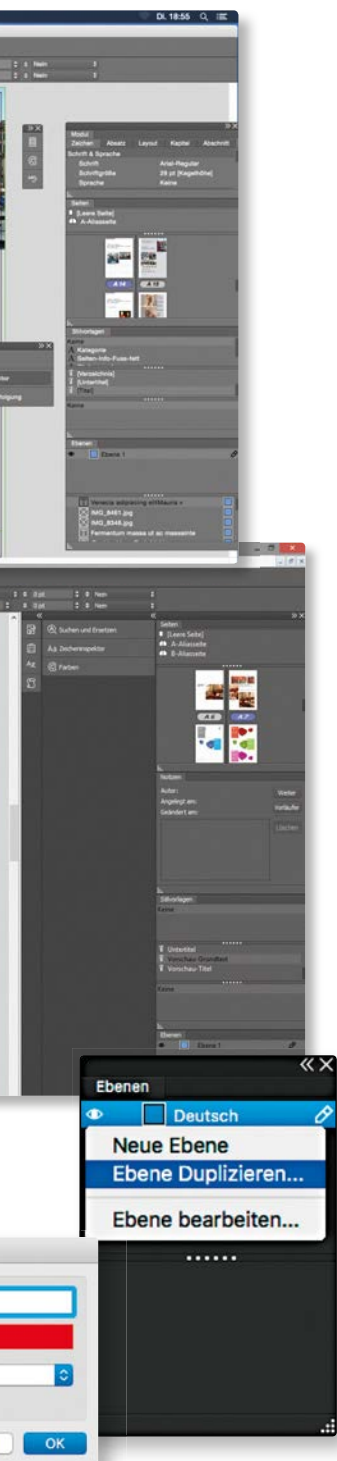
In den neuen Dokumenten wird es die Möglichkeit geben, die Ansicht von den Dokumentseiten nicht nur zu teilen, sondern auch die Navigation zwischen den Teilungen zu synchronisieren. Darüber hinaus kann man für jede Teilung die Anzeige der Ebenen separat bestimmen, sodass bei einem Dokument in mehreren Sprachversionen zwei Sprachen parallel und nebeneinander angezeigt werden können.

Die 2016 erhältliche Version 9 des VivaDesigner wird noch weit mehr neue und verbesserte Features aufweisen. ■

VivaDesigner testen

A&F und VIVA ermöglichen Interessierten, den VivaDesigner auszuprobieren. Hierfür kann kostenlos eine Demoversion heruntergeladen werden. Für einen ausführlichen Einblick in die neue Version lohnt sich die Vereinbarung eines Demotermins.

www.a-f.ch/viva-designer-testen
Andreas Sattlegger | asattlegger@a-f.ch





Adobe Stock: 40 Millionen Fotos, Illustrationen & Grafiken

St

Aus Fotolia wurde Adobe Stock. Vor einem Jahr übernahm Adobe die Bilddatenbank Fotolia und vollzog Mitte dieses Jahres den einzig logischen Schritt: die Integration des neuen Dienstes Adobe Stock in die Creative Cloud. Damit stehen jetzt Nutzern von Adobe CC alle 40 Millionen Stockfotos und Grafiken von Fotolia direkt in den Creative-Cloud-Produkten zur Verfügung.

«Rund 85% der Käufer von Stock-Bildern nutzen Kreativ-Software von Adobe», sagt David Wadhvani, Senior Vice President Digital Media bei Adobe. «Die tiefe Integration in die aktuelle Generation unserer Creative-Cloud-Desktop-Anwendungen wie Photoshop und InDesign erleichtert es daher vielen Anwendern, Stock-Fotos zu kaufen und in ihren kreativen Workflow zu integrieren. Zudem ermöglichen wir unseren Kunden – darunter die weltweit besten Fotografen und Designer – auf einfache Weise, Bilder bei Adobe Stock anzubieten, und setzen so neue Maßstäbe im Markt für Stock-Medien», ist Wadhvani überzeugt.

Adobe Stock als integrierte Lösung

Der Workflow für die Nutzung als Creative-Cloud-Kunde ist einfach gehalten: Adobe Stock reiht sich direkt im Menü der Creative Cloud Desktop App ein. Nutzer können direkt von dort aus Bilder suchen.

Ein gewünschtes Bild, eine Illustration oder Grafik kann zuerst getestet und noch mit einem Wasserzeichen versehen platziert werden. Gefällt die Komposition, wird die hoch aufgelöste Version aus der Anwendung heraus lizenziert. Der Synchronisationsdienst CreativeSync sorgt dafür, dass Änderungen am Layout-Bild auch ins gekaufte Bild übernommen werden.

Erworbene Stockdateien können zu Creative Cloud Libraries hinzugefügt und über Desktop-Rechner oder mobile Endgeräte abgerufen oder für andere Mitglieder des Teams freigegeben werden. All dies erleichtert den täglichen Umgang mit kostenpflichtigen Bildern deutlich.

Adobe Stock für Fotografen und Illustratoren

Adobe will mit Adobe Stock einen Marktplatz für Bilder bieten. Insbesondere für Fotografen, Illustratoren und Grafiker interessant ist insofern die Möglichkeit, eigene Bilder über Adobe Stock zu vertreiben und damit Millionen potenzieller Kunden zu erreichen.

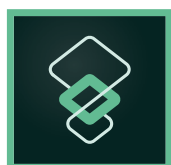
Flexible Abonnements und Preismodelle

Adobe Stock steht in 36 Ländern und 13 Sprachen zur Verfügung. Flexible Preismodelle ermöglichen Käufern entweder, einzelne Bilder zu kaufen oder ein monatliches oder jährliches Abonnement zu buchen. Wer bereits über ein Abo für die Creative Cloud verfügt und sich zusätzlich für ein Abo von Adobe Stock entscheidet, spart bis zu 40%. Adobe Stock wird dabei als Add-on mit wahlweise 10 oder 750 Bildern pro Monat erworben.

Beim Kauf eines neuen Abos besteht daneben die Möglichkeit, ein Komplett-Abo der Creative Cloud für Teams inkl. Adobe Stock zu erwerben und dabei sämtliche Kreativapplikationen und Onlinedienste der Creative Cloud plus 10 Adobe-Stock-Bilder pro Anwender und Monat zu erhalten.

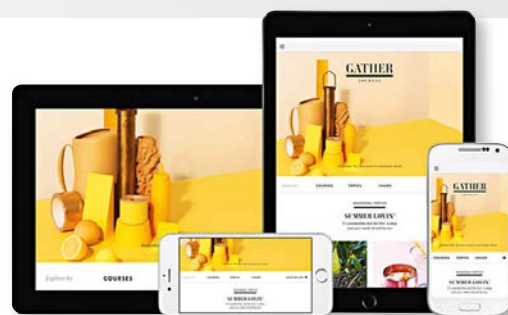
Doch nicht nur CC-Nutzer können Adobe Stock verwenden. Die Plattform ist ebenfalls als eigenständiger Dienst verfügbar. Unter stock.adobe.com können Fotos öffentlich gekauft und verkauft werden. ■

Adobe DPS – mehr Content, weniger Code



Leichter eine Erlebnis-App entwickeln. Mit der neuen Generation der Adobe Digital Publishing Solution (DPS) sollen Marketingprofis und Kreative noch einfacher Content für Smartphones und Tablets veröffentlichen können. Vorhandene und neue

Inhalte sollen flexibel und einfach für mobile Anwendungen aufbereitet und in gängigen App-Stores veröffentlicht werden.



«Endlich können die Kreation und die Content-Pflege von Mobilanwendungen auch von Marketingverantwortlichen und Designern übernommen werden, also denjenigen Menschen, die ihre Marke besonders gut verstehen», sagt Nick Bogaty, Senior Director, Head of Digital Publishing bei Adobe.

Der moderne Leser wünscht sich digitalen Content, der auf seine persönlichen Interessen abgestimmt ist, rund um die Uhr aktualisiert wird und auf seinem bevorzugten Smartphone oder Tablet zur Verfügung steht. Mit der neuen Generation der Adobe Digital Publishing Solution (DPS) entwickeln Kreativ-Teams bequem und effizient hochwertige und ansprechende Apps – und dies ohne Programmierkenntnisse.

Unterschiedliche Quellen: Die neue Adobe DPS 2015 kann aus verschiedensten Quellen bespielt werden. Wie in der alten Version kann dies über InDesign erfolgen oder aber neu auch mittels HTML-5-Editoren (siehe Box). Dies ermöglicht es, neben statischen Inhalten auch Newsfeed mit kontinuierlich nachlaufendem Content zu erzeugen. Die Bestückung der App mit Artikeln aus HTML-Editoren bietet den grossen Vorteil, dass ein responsives Design entsteht, welches sich dynamisch dem Anzeigegerät anpasst. Zukünftig werden die Möglichkeiten der Bestückung weiter ausgebaut und es werden vielfältige Möglichkeiten zur Verfügung stehen.

In-App-Mitteilungen: Mit Benachrichtigungen direkt in der App können Anwender während der Nutzung erreicht werden. Anders als bei Textnachrichten, die vom Betriebssystem stammen, sind In-App-Mitteilungen nach Segment, Gerät oder aufgerufenem Inhalt anpassbar.

Übersichtsseiten und Sammlungen: Durch Organisation von Artikeln, Videos und Sammlungen finden Leser Neuigkeiten zu ihren Lieblingsrubriken oder Schlagwörtern auf einen Blick. Die Designer gestalten den Content ohne Programmierung spezieller Präsentationsseiten in HTML. Mittels der Sammlungen-Funktion werden Inhalte im Sinne von Themen-Hubs gruppiert und neue Artikel hinzugefügt.

Flexible App-Konfiguration: Viele App-Einstellungen – Navigation, Social Sharing, Berechtigungen u.a. – lassen sich über das cloudbasierte DPS Dashboard konfigurieren. Die App muss dazu nicht neu erstellt oder neu eingereicht werden.

Messen und verstehen: Wie erfolgreich die App-Inhalte angenommen werden und in welchen Aspekten sich die Content-Strategie weiterentwickeln lässt, können Unternehmen mit integrierten Analysefunktionen identifizieren. ■

Inception und Enterprise unterstützen die neue DPS 2015

Die neue DPS 2015 markiert den Beginn einer neuen Ära im Digital Publishing und bietet eine Vielzahl neuer Funktionen in den Bereichen Content-Kreation oder Analyse, ist man bei WoodWing überzeugt. Sowohl das etablierte Multi-Channel-Publishing-System Enterprise von WoodWing als auch das HTML5-Autorenwerkzeug Inception unterstützen DPS 2015.

Individuelle und nachhaltige Macintosh Solutions

A&F Computersysteme AG ist seit über 30 Jahren erfolgreich als Apple Business Integrator unterwegs. Als zertifizierter Apple-Händler hat das Unternehmen Zugriff auf jegliche Macintosh-Hardware sowie -Software und ist autorisiertes Apple-Reparaturcenter. Die eigentlichen Stärken der Abteilung Macintosh Solutions bei A&F liegen allerdings bei den umfassenden Dienstleistungen und dem ausgewiesenen Know-how.

1988 wurde A&F zum ersten offiziellen Apple Center der Zentralschweiz und konnte sich als einer der wenigen Apple-Partner aus dieser Anfangszeit bis heute durchsetzen. Früh etablierte sich das Unternehmen als Macintosh-Business-Integrator. «Wir konzentrieren uns seit jeher auf individuelle Komplettlösungen», sagt Philippe Lindegger, System Consultant und Leiter der Abteilung Macintosh Solutions bei A&F.

«Wir setzen dafür auf massgeschneiderte Konzepte und Rundum-Sorglos-Dienstleistungspakete.»

Die ICT-Bedürfnisse eines Architekturbüros oder einer Werbeagentur unterscheiden sich massgeblich von denjenigen eines internationalen Verlagshauses mit mehreren 100 Mitarbeitenden. «Darum streben wir stets die optimale Lösung für die jeweiligen Kundenbedürfnisse an», sagt Lindegger. «Wir setzen auf massgeschneiderte Konzepte und Rundum-sorglos-Dienstleistungspakete.» Der Kunde kann dabei zwischen individuellen, einzelnen Dienstleistungen wählen oder sich für das ganze Paket entscheiden.

Kompetenzzentrum für Analyse und Beratung

Planung von ICT-Investitionen sowie die Anschaffung von Hardware und Software sind oft aufwendig und ressourcenintensiv. Macintosh Solutions steht in solchen Fragen zur Seite. «Wir raten unseren Kunden in einem ersten Schritt zu einer Vor-Ort-Analyse sowie einer Bestandsaufnahme der ICT-Architektur – wobei unsere Fachkräfte gerne behilflich sind», sagt Lindegger. Die Analyse sei essenziell für die Beratung und die daraus resultierende Festlegung der Ziele. Diese wiederum dienen als Grundlage für die Konzeption, Planung und Umsetzung einer kunden- und bedürfnisorientierten Lösung.

Spezialist für Macintosh-Business-Lösungen

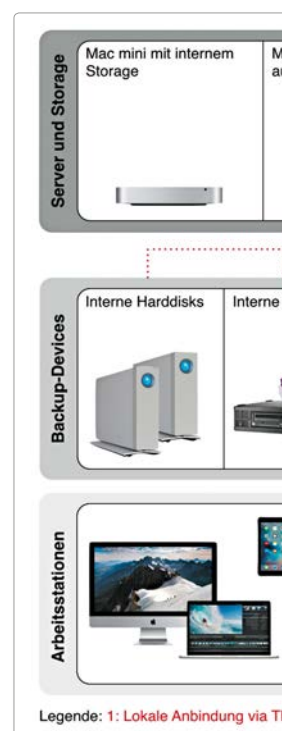
«Massgeschneiderte Branchenlösungen und gemischte ICT-Umgebungen sind unser Spezialgebiet», sagt Lindegger. «Nur wenn Macintosh nahtlos mit Windows zusammenarbeitet, die Softwarelösungen reibungslos laufen und die Sicherheit gewährleistet ist, arbeitet eine Infrastruktur auch tatsächlich für den Anwender.» Dank A&F-internen Sicherheits-, Netzwerk-, Windows-, Unix- und Applikations-Abteilungen findet regelmässig Know-how-Transfer statt. Dies hat massgeblichen Einfluss auf Beratung und Umsetzung von Projekten. «ICT-Verantwortliche unserer Kunden ziehen uns oft bei komplexen Themen wie AD-Integration, Deployment, Softwareverteilung, EMM (Enterprise Mobility Management), MDM (Mobile Device Management) etc. bei», führt Lindegger aus.

Partner für Beschaffung, Installation und Integration

A&F übernimmt für ihre Kunden Beschaffung, Installation und Integration von Apple-Produkten. «Nach Neuinstallationen sind wir auf Kundenwunsch auch gerne für eine Produktionsbegleitung vor Ort und übernehmen die Schulung der internen Verantwortlichen», sagt Lindegger. Die Spezialisten des Kompetenzzentrums lassen sich dafür regelmässig zertifizieren. Aktuell verfügen sie über folgende Apple-Zertifizierungen: Apple Certified Associate – Mac Integration, Apple Certified Associate – Mac Management, Apple Certified Support Professional und Apple Certified – Technical Coordinator.

Dienstleister für Support und Betreuung

Die Macintosh System Engineers der A&F bieten eine Rundumbetreuung von ICT-Umgebungen an. Sie stehen vor Ort oder via Fernwartung für Supportdienste zur





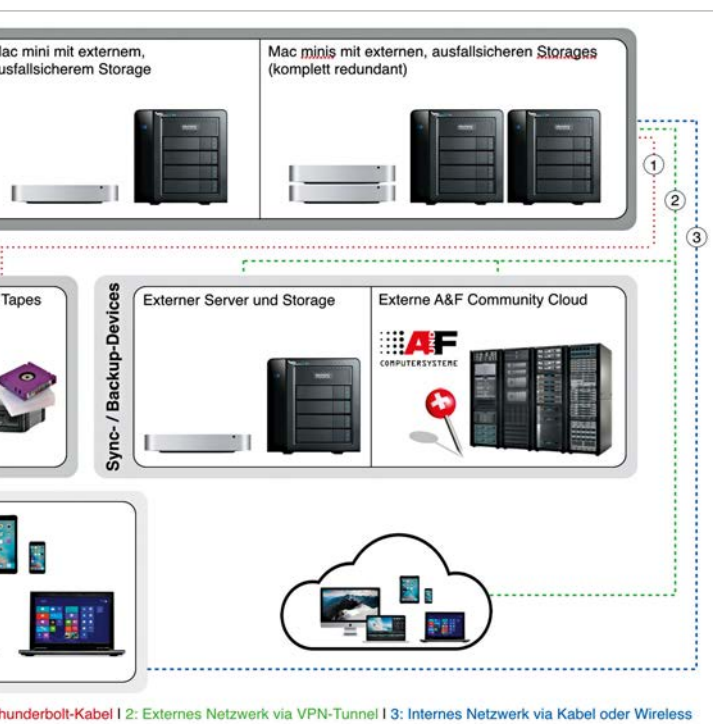
**Autorisierter
Händler**



**Autorisierter
Service Provider**

Verfügung, übernehmen auf Kundenwunsch Ferienvertretungen und bieten Notfall- oder Bereitschaftsdienst (7x24x365) an. Die hausinterne Hotline von A&F ist während der Bürozeiten besetzt und kann bis zu 15 Minuten pro Fall kostenlos beansprucht werden. Zudem werden Support-Anfragen via A&F Ticket-System abgewickelt. «Als Ansprechpartner in allen Belangen rund um Apple, sei es von Server- oder Client-Installationen über interne oder externe Datensicherungen, Druckjob-Verwaltung, Lizenzmanagement, Softwareverteilung oder Update-Management, fungieren wir für gewisse Kunden praktisch als externe Teilzeit-ICT-Abteilung», sagt Lindegger. In dieser Funktion unterstützt Macintosh Solutions Unternehmen diverser Grössen bei der Erhaltung und Pflege ihrer ICT-Infrastruktur.

Modulare Server- und Storage-Varianten inklusive der passenden Back-up-Strategien können je nach Anforderungen kombiniert werden. Mittels Macintosh- oder Windows-Betriebssystem kann von intern oder extern darauf zugegriffen werden.



Lieferant für Produkte und Reparaturen

Als autorisierter Apple-Händler und autorisiertes Reparatur-Center verfügt A&F über aktuelle Apple-Produkte sowie über ein grosses Hardware-Lager inklusive Originalersatzteilen und Notfall-/Ersatzgeräten diverser Jahrgänge. Durch den Status Apple Service Provider beweist sich Macintosh Solutions als Spezialist für Wartung, Reparatur oder Aufrüstung. Entsprechende Arbeiten führen die Fachkräfte im internen MacLAB oder direkt beim Kunden vor Ort aus. Auch hier verfügen die Zuständigen über aktuelle Apple-Zertifizierungen, namentlich über das Zertifikat Apple Certified – Mac Technician.

Testcenter für Produkte und Lösungen

Mit der Einführung des Kompetenzzentrums Macintosh Solutions haben sich die Mac-Spezialisten zum Ziel gesetzt, Apple-Hardware, -Software sowie umfassendere Macintosh-Lösungen im hausinternen MacLAB zu testen, bevor sie in der Praxis angewendet werden. Das MacLAB ist auch Ort und Raum, wo neue Angebote oder Dienstleistungspakete entwickelt werden. Das jüngste Produkt ist eine vollautomatisierte Überwachung (siehe Box).

Macintosh Monitoring für einen Franken im Tag

Macintosh Solutions bieten einen Monitoring-Dienst, welcher mögliche Hardware- und Software-Probleme einer Macintosh-Server- und -Back-up-Umgebung frühzeitig erkennt. Bei einem Ereignis wird der Kunde automatisch von einem unserer Macintosh System Engineers kontaktiert. Gemeinsam wird daraufhin das weitere Vorgehen besprochen. Ein persönliches Web-Login ermöglicht jederzeit die Statusabfrage der Überwachung. Das Monitoring inkl. Installation und Konfiguration kann bis Ende Jahr kostenlos und dann für einen Franken im Tag in Anspruch genommen werden.

www.a-f.ch/news/mac-server-monitoring

Edy Oehen – ein Vierteljahrhundert A&F



**«Damals war ich,
wie quasi alle zu dieser Zeit,
Quereinsteiger.»**



Edy Oehen
System Engineer Macintosh Solutions

Edy Oehen, in wenigen Sätzen, wer sind Sie?

Ich bin auf einem Bauernhof in Lieli im Luzerner Seetal geboren und zusammen mit zehn Geschwistern aufgewachsen. Ich bin seit 35 Jahren mit der gleichen Frau verheiratet. Gemeinsam haben wir einen Sohn und eine Tochter sowie drei Enkelkinder. Nach 30 Jahren aktiver Fussballerzeit widme ich mich nun vermehrt dem Bocciaspiel. Im Winter trifft man mich oft auf der Skipiste an.

Wie sieht Ihr beruflicher Werdegang aus?

Nach den obligatorischen Schuljahren habe ich eine vierjährige Ausbildung als Radio- und FernsehElektriker absolviert. Heute heisst das Multimediaelektroniker. Mit 24 Jahren wanderte ich für 2 Jahre nach Australien aus, um dort die Welt kennenzulernen und die Sprache zu erlernen. Nach meiner Rückkehr arbeitete ich zuerst in Luzern als RTV-Servicemonteur und absolvierte berufsbegleitend die Handelsschule. Nach erfolgreichem Abschluss wurde mir die Leitung der Servicestelle für Unterhaltungselektronik mit 20 Mitarbeitern übertragen. Als Mitglied der Lehrabschlussprüfungskommission für Radio-TV-Elektriker wurde mir ebenfalls die Betreuung der Lernenden anvertraut. Im Februar 1991 bin ich bei A&F eingetreten. Bei meiner Pensionierung Ende Februar 2016 bin ich exakt 25 Jahre für die Firma tätig gewesen.

Und wie kamen Sie zu A&F?

Mein Neffe Urs Felber konnte mich, Onkel Ede, überzeugen, eine neue Herausforderung anzunehmen und bei seiner jungen aufstrebenden Firma einzusteigen.

Kein unbekanntes Gesicht bei A&F und ihren Kunden. Mehr als zwei Jahrzehnte leitete Edy Oehen die Abteilung Apple Macintosh. Im Sommer übergab er an seine Nachfolger P. Lindegger (Leiter Macintosh Solutions) und M. Schuler (Leiter MacLAB), denn Edy Oehen steht kurz vor seiner Pensionierung. Zusammen mit der A&F-TIME-Redaktion blickt er zurück auf sein Vierteljahrhundert bei A&F.

Wie sah damals der Alltag bei A&F aus?

Anfangs bestand A&F nur aus den drei Abteilungen Administration, Verkauf und Technik – wobei wir vornehmlich Mac-Produkte führten. Die Aufgaben waren klar und der Tagesablauf stets derselbe. Um halb sieben Uhr morgens trafen sich Urs Felber und ich zur Besprechung und Planung des aktuellen Tages in der Werkstatt. Ein Wochenplan oder gar ein Monatsplan existierte nicht. Eine Stunde später, um halb acht, waren bereits alle Techniker unterwegs – ansonsten mussten wir unangenehme Fragen von Urs beantworten, wieso, warum noch hier? Feierabend war dann jeweils nach getaner Arbeit.

Welche Aufgaben übernahmen Sie dabei?

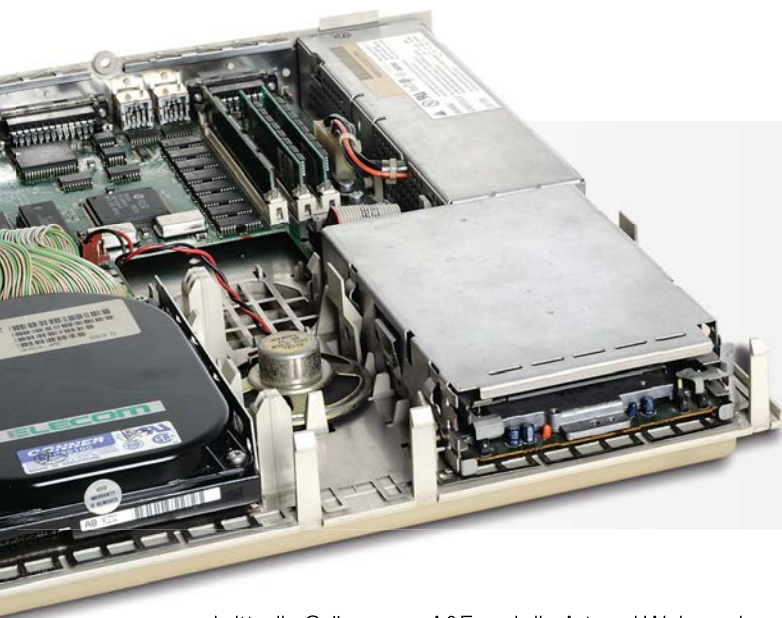
Relativ rasch wurde mir die Leitung der Technik übertragen. Was dies genau hiess, war allerdings niemandem gänzlich klar. Damals war ich – wie quasi alle zu dieser Zeit – Quereinsteiger. Ich betrat mit dem Einstieg in die Computerwelt absolutes Neuland. Im Grunde übernahm ich die Verplanung der Techniker und tätigte daneben tagsüber Werkstattarbeiten, übernahm Telefondienst und Supportanfragen von Kunden (Hotline), unterstützte Techniker per Telefon und beschaffte Ersatzteile.

Was hat sich seither verändert?

Mit den Jahren wuchs die Anzahl Mitarbeiter von A&F und damit ebenfalls die Technikabteilung enorm. Die Aufgaben mussten neu definiert und verteilt werden. Es kam zu einer internen Aufteilung in die Abteilungen Macintosh, Windows, UNIX und Netzwerk.

Und wie hat sich Ihre Tätigkeit entwickelt?

Eigentlich haben sich mehr der Funktionsbeschrieb und das Drumherum, also der technologische Fort-



schritt, die Grösse von A&F und die Art und Weise, wie ich meine Arbeit erledige, geändert. Auch heute noch betreue ich den Lernenden, verplane die Tage der Techniker, übernehme Reparaturen, die Beschaffung von Ersatzteilen und unterstütze die Hotline bei technischen Problemen. Früher lief die Aufgabenabwicklung aber eher telefonisch ab und Lieferantenbesuche waren nicht selten. Der persönliche Kontakt blieb immer öfter aus. Meistens wird übers Internet (Shops) eingekauft, per E-Mail kommuniziert und Supportanfragen werden über das Ticketsystem platziert.

Wollten Sie nie die Abteilung wechseln?

Nein, meine bevorzugte Tätigkeit war immer in der Technik – das entsprach auch meiner Ausbildung und meinen Interessen. Eine Verkaufsschulung bei Apple Schweiz auf Anordnung von Urs habe ich zwar besucht, aber geblieben bin ich in der Technik.

Was zeichnet A&F in Ihren Augen aus?

Dass wir seit jeher versuchen, die Kundenzufriedenheit möglichst hoch- und vor allem aufrechtzuerhalten. Der Kunde soll merken, dass sein Problem ernst genommen wird. Dies schaffen wir durch das korrekte Erfassen des Kundenproblems und dadurch, dass wir die Ausfallzeiten beim Kunden möglichst tief halten. Dies wiederum schaffen wir nur, weil wir über unsere Abteilung hinweg innerhalb der gesamten Firma A&F auf kompetentes Personal zurückgreifen können.

Was macht es besonders, bei A&F zu arbeiten?

Wie heisst es in unseren Stellenausschreibungen jeweils: «Eine nicht ganz alltägliche Stelle bei einer nicht ganz gewöhnlichen Firma.» Dieser Satz stimmt ganz einfach zu 100%. Das fängt bei der Firmenleitung an und hört beim Lernenden auf. Jeder, der die Möglichkeit hat, dies zu erleben, sollte dies auch tun. Die vielen langjährigen Mitarbeiter sprechen für sich.

Was war das verrückteste, prägendste oder eindrücklichste Erlebnis in den rund 25 Jahren bei A&F?

(Lacht.) Da gibt es mehrere. Wir erleben immer wieder Verrücktes. Spontan kommt mir aber sicher der Neujahrstag des Jahres 2000, also der Millenniumwechsel, in den Sinn. Grosse Vorbereitungen und intensive

Planung gingen voran – die totale Präsenz der A&F-Mitarbeiter für jeden Fall. Und dann geschah nichts... zumindest fast nichts. Wir waren richtig enttäuscht. (Lacht wieder.) Oder einmal kam einer meiner Techniker von einer RAM-Aufrüstung bei einem Macintosh II zurück und antwortete auf meine Frage, ob es geklappt habe: «Ich musste den RAM-Baustein auf einer Seite ein bisschen absägen, dann passte er problemlos.» (Lacht laut auf.)

«Eine nicht ganz alltägliche Stelle bei einer nicht ganz gewöhnlichen Firma.» Dieser Satz stimmt ganz einfach zu 100%.»

Zum Schluss ein Ausblick in die Zukunft. Wo sehen Sie die grössten Herausforderungen, aber auch Chancen für A&F?

A&F muss der Konkurrenz im In- sowie im nahen Ausland immer einen Schritt voraus sein – eigentlich wie bis anhin. A&F sollte ihr Kerngeschäft als Marktführer der Zulieferanten der grafischen Industrie weiterhin zielorientiert weiterverfolgen. Vor allem aber sollte auch auf die Aus- und Weiterbildung der Angestellten gesetzt werden, damit A&F auch künftig die am besten ausgebildeten Mitarbeiter ihrer Branche beschäftigt. Nicht zuletzt: Die Zufriedenheit der Mitarbeiter ist und bleibt ein wesentlicher Erfolgsfaktor.

Gibt es etwas, das Sie unseren Kunden mitgeben möchten, Tipps oder Empfehlungen?

Eigentlich nur: Vertrauen Sie weiterhin auf das grosse Know-how von A&F, wir haben noch nie jemanden im Stich gelassen. Wir decken weitgehend die ganze Nachfrage rund um ICT ab und bieten systemübergreifende Lösungen an. Darum gibt es bei A&F immer eine Lösung, eine faire Lösung.

Und wie sieht Ihre Zukunft aus?

Ich gehe auf Reisen. Ich will die Schweiz und ihre Naturschönheiten besser kennenlernen. Eine längere Reise durch Australien und Neuseeland ist ebenfalls geplant. Und natürlich will ich meine Familie geniessen und meine Hobbys pflegen. ■

ELVIS DAM: Kernsystem in Buchverlagen

Dieser Beitrag ist ein Kurzbericht zur Frankfurter Buchmesse, über die Anforderungen von Verlagen, die hauptsächlich Bücher herstellen, und das Ökosystem von ELVIS DAM.

Als Lösungspartner für integriertes Publishing werden wir mit einem breiten Spektrum an Anforderungen der Medienindustrie konfrontiert. Unsere Betätigungsschwerpunkte liegen aber hauptsächlich in den Bereichen Magazin-Produktion, Corporate-Publishing, Buchherstellung und Zeitungsproduktion.

CORE-LAB auf der Frankfurter Buchmesse

Als Lösungspartner für Buchverlage haben wir im Oktober als Aussteller auf der diesjährigen Frankfurter Buchmesse im Hot-Spot-Bereich Publishing Services teilgenommen. Dort haben wir unsere **Speziallösung zur Buchherstellung** präsentiert: das **ELVIS DAM**, erweitert um **Plug-ins zur Ausgabe-Automatisierung**, die wir gemeinsam mit unserem Partner Sebastian Nafroth, 3f8h.net / electronic publishing, aufgesetzt haben.

Als Aussteller haben wir es aber nicht versäumt, uns selbst auch über andere Lösungen im Markt zu informieren und nach Ergänzungen zu unseren Produkten zu suchen. Da in der Buchproduktion XML-First klar



Thomas Goldmann,
CORE-LAB-Vertriebsleiter,
bei der Präsentation von ELVIS DAM
auf der diesjährigen Frankfurter Buchmesse

favorisiert wird, gibt es einige Anbieter mit diesem Workflow-Ansatz. Tatsächlich ist es aber in der Praxis meist doch ein Word-First-Workflow, da Word das gewohnte Werkzeug der Autoren ist und Verlage gerade die freien Autoren schwer auf einen anderen Editor bringen können, der eine definierte Dokumentstruktur erzwingt.

Neben unserem eigenen Vortrag zur «Buchproduktion mit ELVIS DAM» nahmen wir an diversen Fachvorträgen im Forum Publishing Services teil, die sich hauptsächlich mit den vielfältigen Facetten der Veränderungsprozesse der Branche und deren Bewältigung befassen.

Ganz klar konnten wir heraushören, dass die Branche einen kontinuierlichen Changeprozess durchläuft und aktiv vorantreibt. Dabei sollen die IT-Lösungen flexibel an die Anforderungen des Marktes anpassbar sein. Die Buchmesse Frankfurt hat uns mit ihrem vielfältigen Angebot und neuartigen Konzept durchweg begeistert. Für uns ist die Teilnahme an der Buchmesse eine Bereicherung und wir werden auch nächstes Jahr als Aussteller mit einem kompletten Buchworkflow wieder dabei sein. Ein Besuch lohnt sich aber auch allein schon, wenn man Bücher liebt oder einfach, um Autoren hautnah live erleben zu können.

**«Ganz klar konnten wir heraushören,
dass die Branche einen kontinuierlichen
Changeprozess durchläuft.»**

Genereller Workflow der Buchproduktion

Die Arbeitsweisen in der Buchherstellung unterscheiden sich z.B. sehr von denen der Magazin- oder Zeitungsproduktion:

Die Buchhersteller erarbeiten im ersten Schritt ein finales Manuskript in Zusammenarbeit mit dem Autor und dem Lektor. Externe Autoren müssen dafür leicht in den Produktionsprozess einzubinden sein. In den meisten Fällen geschieht das auf Basis von Word und der Austausch erfolgt per Mail.

Weiß der Verlag, dass ein Autor für ihn schreibt, dann stellt der Verlag spezielle Word-Vorlagen zur Verfügung, die strukturell zur Buchreihe passen, entsprechende Absatz- und Zeichenstile haben und visuell dem späteren Buch ähneln.

Ist das Manuskript final, scheiden sich die Produktionswege: XML-First, Print-First und XML-Print-Roundtrip.

XML-First

Der XML-First-Workflow erfordert die Konvertierung des Word-Manuskripts in XML und die automatische und/oder manuelle Nachstrukturierung. Dabei stützen sich die Lösungen auf verschiedene XML-Standards: TEI für die geisteswissenschaftlichen Verlage, NLM-DTD für naturwissenschaftliche Publikationen, DITA für technische Dokumentationen und parsX für die Buchproduktion. Entspricht das XML-Manuskript den Regeln der Document Type Definition (DTD), die die Struktur und die erlaubten Elemente samt Eigenschaften einer XML festlegt, dann kann auf Knopfdruck ein EPUB 2 oder sogar ein fertiges Buch über CSS oder XSLT FO generiert werden. Eine manuelle Nachstrukturierung des EPUB 2 ist nicht erforderlich.

Das XML kann auch in InDesign importiert werden, um manuell layouts zu können.

Print-First

Beim Print-First-Workflow fließt das finale Word-Manuskript erst in das InDesign-Layout ein und wird dort grafisch und typografisch aufbereitet. Das fertige Layout wird dann als PDF dem Autor zur letzten Autorenkorrektur gegeben, wonach die Korrekturen im Layout ausgeführt werden und letztendlich die Imprimatur erfolgt. Das Druck-PDF wird aus InDesign exportiert. Die EPUB-2-Erstellung erfolgt nun aus InDesign. Das so generierte EPUB 2 muss in der Regel manuell nachstrukturiert und bearbeitet werden, damit es den Anforderungen der eBook-Reader entspricht.

Durch **idEX®**, unseren **InDesign-XML-Exporter**, kann nun der Buchinhalt als XML aus InDesign exportiert werden. Das so gewonnene XML wird dann in den gewünschten XML-Standard konvertiert.

Dieser Print-First-Workflow ist der Regelfall in der Buchherstellung.

XML-Print-Roundtrip

Die Kombination aus XML-First und Print, also ein XML-Print-Roundtrip, vereint beide Möglichkeiten und wird allen Anforderungen der Buchherstellung gerecht: EPUB ohne Nachbearbeitung und Autorenkorrektur auf Basis des InDesign-Layouts. Das XML wird in InDesign importiert und das Layout wie gewohnt fertiggestellt. Spezielle InDesign-Plug-ins gewährleisten, dass neue oder veränderte Elemente im InDesign-Dokument der XML-Struktur hinzugefügt werden, damit das XML letztendlich wieder nach Freigabe aus InDesign exportiert werden kann und als verbindlicher und medienneutraler Content zur Verfügung steht.

«Die Kombination aus XML-First und Print, also ein XML-Print-Roundtrip, vereint beide Möglichkeiten und wird allen Anforderungen der Buchherstellung gerecht.»

Dieser XML-Print-Roundtrip ist beispielsweise mit **parsX** umsetzbar, einem **XML-Framework für kleine und mittelständische Buchverlage von der Fima Pagina**. parsX lässt sich wunderbar mit ELVIS DAM kombinieren, über welches dann alle Dateien verwaltet werden können und auch der Austausch mit Autoren und Dienstleistern komfortabel abgewickelt werden kann.

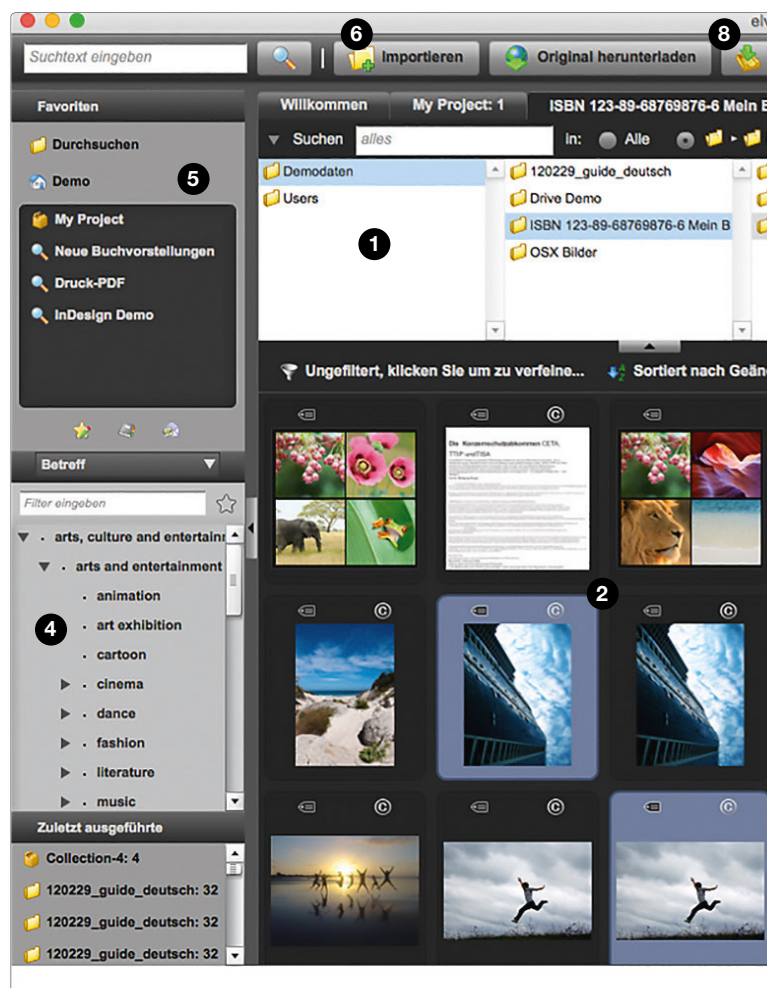
ELVIS-DAM-Benutzeroberfläche

- 1 Strukturierung nach Ordnern. 2 Dateiübersicht mit Vorschau.
- 3 Metadaten-Bereich. 4 Taxonomie. 5 Favoriten. 6 Datenimport.
- 7 Daten bereitstellen. 8 Dokumente auschecken. 9 Sammlung

ELVIS DAM in der Buchherstellung

Der Buchhersteller legt in der Regel immer erst einen Projektordner mit ISBN-Nummer und Unterordnern in ELVIS DAM an, so wie er es im Filesystem gewohnt ist. Dort hinein importiert er per Drag-and-drop die Daten, die ihm vorliegen. Beim Import definiert er die Projekt-Metadaten zu Copyright, Autor etc.

Somit können bereits beim Bereitstellen der Dokumente in das DAM Metadaten als erforderlich definiert sein. ELVIS unterstützt alle gängigen Metadaten-Standards. Leicht lassen sich auch eigene Metadaten-Fel-



der definieren. Zur Verschlagwortung steht auch Taxonomie zur Verfügung, die vom Verlag selbst definiert werden kann.

Die Funktion «Bereitstellen» ermöglicht den zeitlich beschränkbaren Zugriff auf definierte Dokumente und Ordner per Mail und Browser, ohne für den externen Autor einen Account einrichten zu müssen. Dabei hat der Hersteller eine Übersicht über alle bereitgestellten Links und Daten und kann sofort sehen, wer bereits geliefert hat.

Hat der Autor das Word-Manuskript nebst anderen Daten, wie Bildern etc., über diesen Weg geliefert, so können die Dokumente vom Hersteller oder Lektor ausgecheckt und mit den gewohnten Werkzeugen bearbeitet werden.

Ein so bearbeitetes Dokument wird immer als neue Version eingechekkt, sodass auf vorhergehende Versionen zurückgegriffen werden kann.

Es ist möglich, einem Objekt einen Status zuzuweisen, an den Zugriffsrechte oder automatische Bearbeitungsroutinen geknüpft sind und der visuell maßgebend sichtbar ist.

Über die Funktion «Bereitstellung» kann der Hersteller die Produktionsdaten zum Layouten übergeben oder die Grafik hat einen Elvis-Account und wird anhand des Objekt-Status in den Arbeitsprozess eingebunden.

Alle «Assets» sammeln sich so in dem Projektordner des Buches und sind jederzeit mühelos auffindbar und griffbereit.

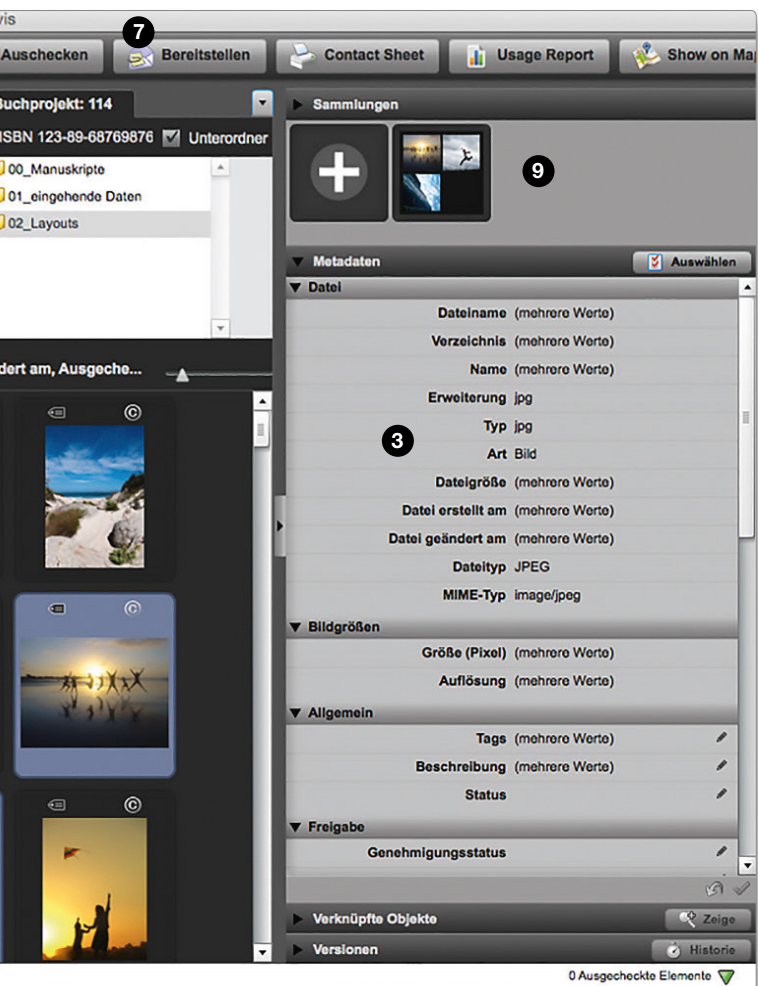
«ELVIS DAM als Kernsystem ist flexibel an neue Markterfordernisse anpassbar und bietet dadurch Investitionssicherheit und Nachhaltigkeit.»

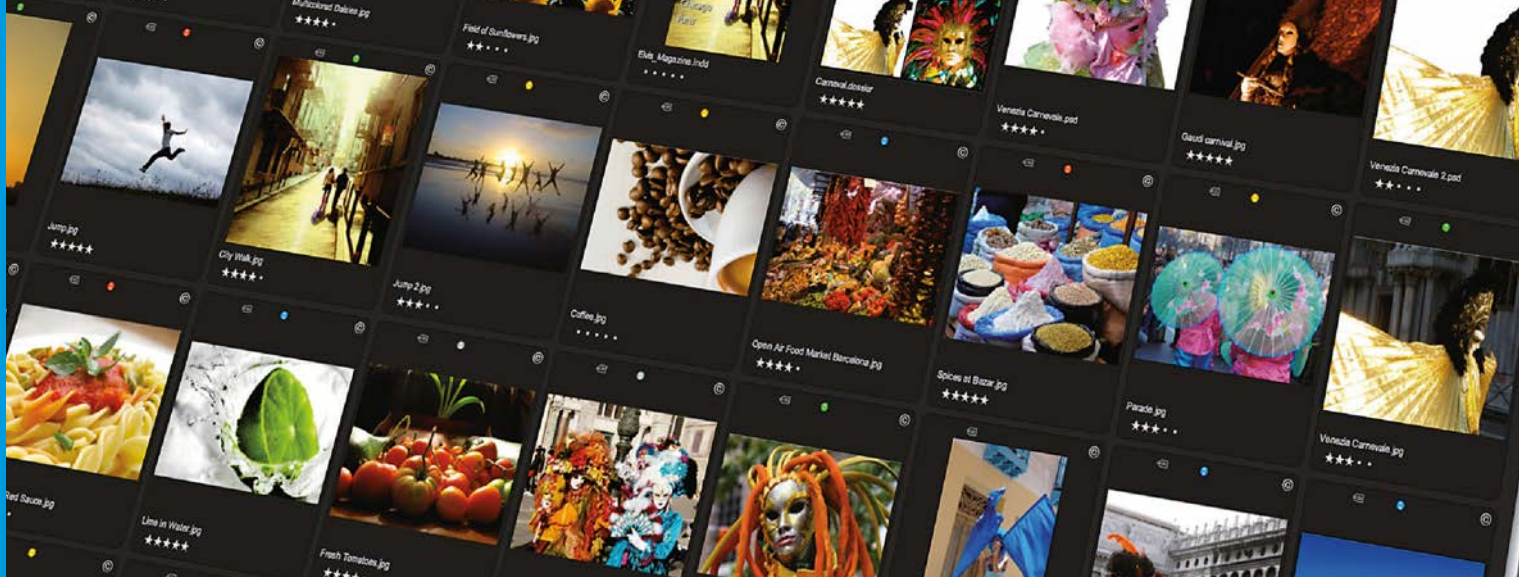
ELVIS-DAM-Erweiterungen

Wie am Beginn dieses Berichtes bereits erwähnt, lässt sich ELVIS DAM leicht im Funktionsumfang erweitern. Die Schnittstellentechnologie von ELVIS DAM ist eine der echten Stärken dieser Lösung und erfüllt somit die Anforderung der Branche, flexibel auf zukünftige Marktanforderungen anpassbar zu sein.

Unsere Speziallösung zur Buchherstellung ist die Erweiterung ELVIS DAM um Plug-ins zur Ausgabe-Automatisierung, als Erstellung von Druck-PDF und EPUB 2 per «Knopfdruck» direkt aus dem DAM.

Die Idee dabei ist es, den Hersteller in die Lage zu versetzen, auch ohne InDesign und entsprechendes





Know-how Ausgabeformate zu generieren auf Basis von Einstellungsparametern, die er direkt im DAM über eine Maske auswählen kann. Im Hintergrund sind Enfocus Switch, InDesign Server und MadeToPrint angebunden, die das ausgelöste Jobticket ausführen und die geforderten Ausgabedateien in den Ordner des Buchprojektes zurückliefern.

Wir sind mit dieser Technologie auch in der Lage, jeglichen anderen Workflow abzubilden, wie zum Beispiel das Konvertieren von XML-Dateien oder Ähnliches.

Mit ELVIS DAM als Kernsystem in Buchverlagen und seinem Ökosystem haben wir eine Lösung, die flexibel an die Bedürfnisse und die bestehende Systemland-

schaft sowohl kleiner als auch großer Verlage und an neue Markterfordernisse anpassbar ist. Daraus folgt große Investitionssicherheit und Nachhaltigkeit.

Darüber hinaus sind die ELVIS-Nutzer begeistert von der einfachen, intuitiven, gefühlt flüssigen und schnellen Bedienbarkeit. Auch über den Webbrowser, automatisierte Routinen und nicht zuletzt davon, dass sie ihre gewohnten Arbeitsprozesse mit ELVIS DAM abbilden können. ■



Die Schnittstelle WoodWing zu TYPO3® ist da!

Bei TYPO 3 Version 6.2 LTS und neuer hat sich zu früheren Versionen sehr viel geändert. Viele zuvor verfügbare Erweiterungen sind nun nicht mehr kompatibel. Deshalb hat das CORE-LAB eine neue Schnittstelle für WoodWing 9.x und neuer programmiert, die WET3.

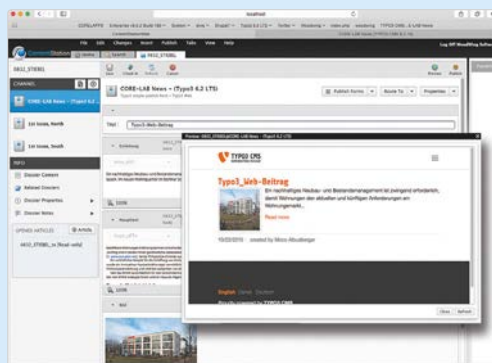
Die WET3-(WoodWing-Enterprise-Typo3)-Schnittstelle basiert auf dem Konzept der Publishing Forms, wie sie WoodWing bei der Drupal-Schnittstelle eingeführt hat, und wird vom Anwender genau so in der Content Station bedient.

Da TYPO 3 strukturell anders arbeitet als Drupal, werden die Felder und Metadaten der gewünschten Publishing Forms durch Konfiguration festgelegt. Zwei Beispiel-Publishing-Forms sind im WET3 vorkonfiguriert. Eine Anpassung der Konfiguration an die Erfordernisse der jeweiligen Website wird in den meisten Fällen daher notwendig sein, weil die Artikelstruktur auf der Website häufig angepasst ist und somit in der Konfiguration abgebildet werden muss.

Nach der Übernahme oder Erfassung der Artikelkomponenten kann der Nutzer in einer Web-Vorschau den Artikel prüfen. Die Übertragung des Contents erfolgt dann per Knopfdruck über eine REST-Schnittstelle, die sich im Hintergrund bei TYPO 3 authentifiziert und den Beitrag in das News-Modul überträgt. Jederzeit kann der Artikel verändert und aktualisiert werden, oder die «Veröffentlichung» in TYPO 3 wird gänzlich zurückgezogen.

Die korrekte Auszeichnung der Artikelkomponenten erfolgt über die Feldzuordnung der Publishing Forms zum CSS und innerhalb des Haupttextes durch das Mapping der Absatz- und Zeichenformate.

Wenn Sie also ein TYPO3-Update auf die Version 6.2 LTS oder neuer anstreben und bereits mit WoodWing 9.x arbeiten, dann steht nun nichts mehr entgegen!



WET3 mit Beitrag und TYPO3-Vorschau



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

CORE-LAB GmbH

Zentrale Hannover

Eleonorenstrasse 20 | 30449 Hannover
Telefon: 0511-89 880 49-4 | Fax: 0511-89 880 49-5

Standort Hamburg

Rödingsmarkt 14 | 20459 Hamburg
Telefon: 040-380 816-26 | Fax: 040-380 816-27

Standort Stuttgart

Johannesstrasse 72 | 70176 Stuttgart
Telefon: 0711-810 74 72-4 | Fax: 0711-810 74 72-6

Standort München

Frankfurter Ring 105 | 80807 München
Telefon: 089-189 35 67 241

info@corelab.ch | www.corelab.de