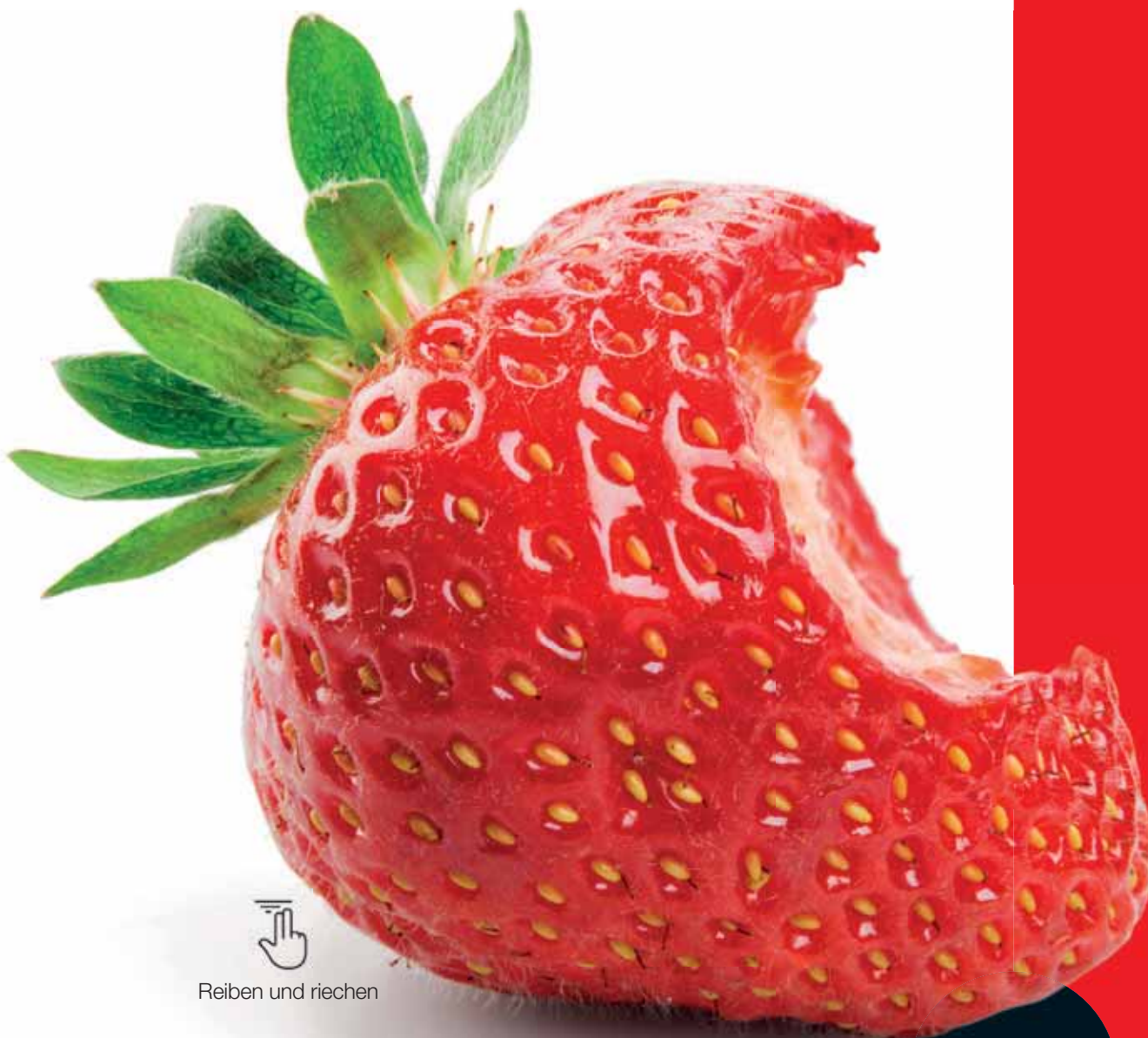


A&FT.I.M.E.

Das Kundenmagazin der A&F Computersysteme AG

Tech
Insight
Market
Education

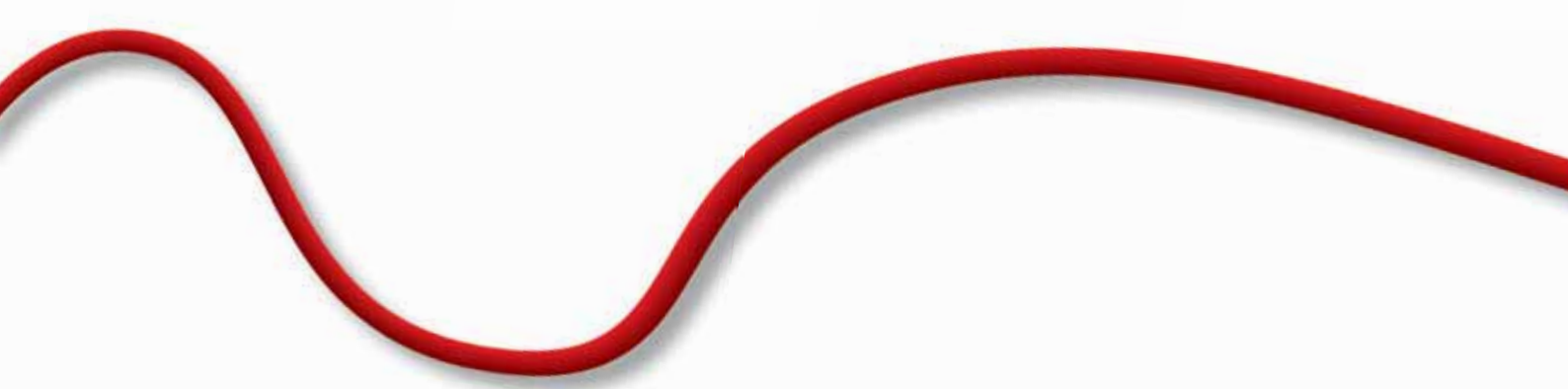


Reiben und riechen

AUSGABE 04
SOMMER 2016

A&F
COMPUTERSYSTEME

CORE | LAB
Ein Unternehmen der
A&F Computersysteme AG



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



Heavy Metal ist noch Trumpf! So schien es zumindest auf der drupa 2016. Eine riesige Messe, eine gewaltige Anzahl Aussteller und viele Besucher. Doch man stellte auch dort fest, dass sich vieles in unserer Branche verändert oder bereits verändert hat. Der grösste

Stand gehörte nicht mehr einem klassischen Druckmaschinenhersteller, sondern einem IT-Unternehmen, nämlich HP – das sagt schon einiges aus. Für uns war die drupa 2016 mit vielen Kundenkontakten und Gesprächen ein voller Erfolg. Auch wenn wir nur ganz bescheiden vertreten waren, so ist es immer wieder ein Vorteil, im drupa innovation park ausstellen zu dürfen. Denn die meisten hat die Einsicht erreicht, dass die Zukunft der Branche nicht ausschliesslich bei den schweren Maschinen liegt. Insofern sind wir stolz, dass wir für WoodWing Software die Weltpremiere der ContentStation 10 zelebrieren durften. Dazu konnten wir mit Inception und anderen Produkten aus unserem Portfolio unsere geschätzten Besucher beeindrucken. Ganz nach dem Motto: Die drupa hat einiges zu bieten.

Wieder zu Hause, stellen aber auch wir schwere Maschinen in den Mittelpunkt – auch wenn diese ihre Fähigkeiten nur mit der richtigen Software ausspielen können. In den letzten Wochen und Monaten haben wir beobachtet, dass neue Storage-Hersteller mit spannenden Konzepten auf einen eigentlich gesättigten Markt drängten, und wir befürchteten, dass EMC wegen des Mergers mit Dell zu sehr mit sich selbst beschäftigt sein könnte. Mit den neuen Unity-Systemen hat uns EMC aber auf eindruckliche Weise eines Besseren belehrt. Man kann nun mit gutem Gewissen sagen: EMC ist nicht nur der weltgrösste, sondern auch der innovativste Storage-Hersteller.

Letztthin wurde ich vom Chefredaktor der Zeitschrift «Viscom» gefragt: «Wie wichtig ist die grafische Branche noch für A&F?» Meine Antwort: Sie ist nach wie vor unser wichtigstes Standbein und wird es bleiben. Aber – und das ist sehr wichtig, da wir uns in einem schrumpfenden Markt bewegen – A&F ist auch ausserhalb erfolgreich. So setzen vermehrt Marketingabteilungen von grossen und Grösstfirmen auf unser

Know-how. Dazu bedienen wir im KMU-Bereich für uns immer wichtiger werdende Zweige, zum Beispiel die Architekturbranche. Dort können wir, wie bei Germann & Achermann, die USPs unserer Abteilung Macintosh Solutions ausspielen. Es ist für mich eine Freude, zuzuschauen, wie dieser Bereich von A&F prosperiert und sich durch nachhaltige Lösungen im Markt beweisen kann.

Herzlichst, Ihr Urs Felber

Inhalt

04	DRUPA-NEWS
08	BASPO
10	SMART TRANSLATION SOLUTION
12	DESK-NET
14	GASTARTIKEL: STEPHAN PUA
16	PIM & DAM ARTIKELSERIE: TEIL 1
18	MARKET
20	A&F LIZENZWESEN
22	CORE-LAB
24	MACINTOSH SOLUTIONS
26	VEEAM BACKUP & REPLICATION
28	EMC STORAGE
30	OPEN DNS
32	A&F INTERN
34	KURZ & BÜNDIG



May 31 - June 10, 2016
Düsseldorf/Germany
www.drupa.com

drupa-news

Bereits ist die drupa 2016 wieder Geschichte. Wie immer reisten anlässlich der weltgrößten Messe für den grafischen und industriellen Druck sowie Media und Multichannel unzählige Aussteller und Besucher nach Düsseldorf. Auch in diesem Jahr trumpfte die drupa wieder mit Brandneuem auf. Einiges davon finden Sie auf den nächsten Seiten.

WoodWing ContentStation 10



Die Oberfläche von ContentStation wurde komplett überarbeitet, basiert vollständig auf HTML und ist in allen modernen Browsern lauffähig.



Seit Jahrzehnten ist das Publikationswesen fortlaufenden Veränderungen unterworfen und der Takt wird immer schneller. Redaktionelle Prozesse werden kontinuierlich modifiziert, um noch effizienter publizieren zu können. Dazu müssen Verlage die technologische Evolution, wie sich wandelnde Standards und neue digitale Publikationskanäle, abbilden.

Mehr Flexibilität

An der drupa zeigte A&F die ContentStation 10 von WoodWing erstmalig im deutschsprachigen Raum. Das Ziel dieser Version: Dem Kunden noch mehr Flexibilität bieten. Die neueste Redaktionsmanagement-Applikation ContentStation von WoodWings Multi-Channel-Publishing-System Enterprise basiert vollständig auf HTML5-Technologien und läuft in allen modernen Browsern (Chrome, Firefox, IE11, Safari).

Keine Installationen und weniger Schulung

Die ContentStation 10 bringt den Kunden eine ganze Reihe von Vorteilen. Besonders hervorzuheben sind die sehr einfache Bereitstellung sowie der deutlich geringere Trainingsaufwand – beides gilt sowohl für interne Mitarbeitende als auch für externe Freelancer. Insbesondere, da sich WoodWing Software zum Ziel gesetzt hat, sämtliche ihrer Webapplikationen, wie Inception oder nun die neue ContentStation 10, im selben intuitiven Look and Feel zu gestalten, sodass sich der Kunde in Zukunft in jeder WoodWing-Lösung

zu Hause fühlt. Für die ContentStation 10 spricht auch, dass für die Einbindung neuer Nutzer keine zusätzliche Software an deren Arbeitsplatz installiert werden muss – die User rufen das System einfach über einen Browser ihrer Wahl auf und melden sich mit ihren Zugangsdaten an. Da die Anwender mit ihren täglich eingesetzten Tools, hier Browsern, arbeiten, sind sie schnell mit dem System vertraut. Als Zusatz können die User ihre Browserfunktionen, wie Lesezeichen, Tabs und so weiter auch in der ContentStation verwenden.

Mehr Unabhängigkeit

Alle am redaktionellen Prozess Beteiligten, gleichgültig, wo sie sich befinden und welches Gerät sie einsetzen, können einfach und effizient eingebunden werden. Dazu kommt, dass Verlage durch die HTML-Basis der neuen ContentStation deutlich unabhängiger von Entwicklungen und Technologiestandards wie etwa Flash und Air sind.

Die erste Version der ContentStation 10 wird bereits eine grosse Mehrzahl der Aufgaben in redaktionellen Prozessen abdecken. Mittelfristig wird ContentStation HTML die derzeitige auf Adobe Air basierende Version ablösen. Bis dahin können beide Versionen problemlos parallel eingesetzt werden. Kunden können also schrittweise und reibungslos in die Publishingzukunft wechseln. ■



CHILI rendro 1.0 – PDF-Rendering revolutioniert



Kennen Sie das? Der Download einer PDF-Datei – besonders einer druckfähigen – dauert ewig. Dazu kommt eine unbefriedigende Darstellung, die Farben sind nicht korrekt oder es fehlen gar Schriftzeichen und Bilder. Insbesondere auf Ihrem Tablet oder Smartphone sehen Sie Ihr PDF-Dokument kaum so, wie es Ihre Druckabteilung aufbereitet hat.

CHILI rendro soll das nun ändern. «Full Relief Rendering von PDF-Dokumenten kann jetzt überall, jederzeit und von jeder Plattform aus erfolgen», verspricht der Technologieanbieter CHILI publish.

PDF-Rendering schnell und inhaltsverbindlich

Der Teufel liegt meist im Detail. Transparenzen, Mischmodus, Überdruck – es sind oft solche Designelemente, welche in PDF-Readern nicht korrekt angezeigt werden. Besonders auf mobilen Betriebssystemen und HTML-Umgebungen werden komplexere PDF Konstrukte nicht immer korrekt interpretiert. Genau hier setzt der CHILI rendro 1.0 an.

«Aufgrund ihrer strengen Einhaltung von ISO-Normen ist CHILI rendro die wohl einzige Renderinglösung,

die akkurate Darstellung von PDFs unabhängig vom Anzeigertyp bietet», sagt Kevin Geominne, Geschäftsführer von CHILI publish.

Für die Integration entwickelt

CHILI rendro ist als JavaScript SDK (Software Development Kit) verfügbar. Dieses bietet Entwicklern direkten Zugriff auf zahlreiche Elemente und verhindert, dass ein Browser-Plug-in erforderlich ist. Das SDK von CHILI rendro ermöglicht eine massgeschneiderte, skalierbare Integration und eine plattformunabhängige Zusammenarbeit, welche wenig Konfiguration erfordert. Die Lösung lässt sich somit an unterschiedliche Arbeitsumgebungen anpassen und einbinden.

«Full Relief Rendering von PDF-Dokumenten kann jetzt überall, jederzeit und von jeder Plattform aus erfolgen.»

Der CHILI rendro kommt optional mit einem 3-D-Modul, welches PDF-Inhalte in einem praktischen Anwendungsszenario anzeigt. Im Falle einer Integration in ein Bearbeitungstool wie CHILI publisher werden Änderungen sowohl auf dem Bildschirm als auch im 3-D-Modul wiedergegeben, wodurch der Benutzer genau weiss, wie das Endergebnis aussehen wird. Der CHILI rendro soll Anfang 2017 erhältlich sein.

Enfocus ist erster OEM-Partner

Für das Switch PDF Review Module integriert Enfocus den CHILI rendro. Das Add-on-Modul für Enfocus Switch bietet Benutzern ein HTML5-browserbasiertes PDF-Prüftool. Es kombiniert die Flexibilität des Browsers mit den leistungsstarken «PDF Inspect»-Funktionen der Switch-Lösung. ■

Der schärfste Online-Editor geht in die nächste Runde



Die belgische Softwareschmiede CHILI publish stellte anlässlich der drupa auch die nächste Generation ihres beliebten und professionellen Online-Editors vor. Wie bisher lässt sich auch CHILI publisher 5.0 hervorragend in vorhandene Webportale und Web-to-Print-Lösungen integrieren. Die serverbasierte Lösung punktet mit einer offenen Architektur, welche es erlaubt, modernste Publishingoptionen in einem Webportal flexibel zu nutzen.

Der CHILI publisher 5.0 erscheint in einem komplett neuen Kleid, enthält nützliche neue Funktionen und bietet eine noch breitere Unterstützung von HTML5. So wurde beispielsweise der CHILI publisher 3D-Viewer nicht nur funktionell erweitert, sondern steht ab Version 5.0 auch in HTML5 zur Verfügung.

Brandneues, geräteunabhängiges GUI

Anwender lassen sich nicht vorschreiben, welches Gerät sie zu welchem Zeitpunkt in welcher Form nutzen. Das hat auch CHILI publish erkannt und bietet der neusten Version die Möglichkeit, die sogenannten Arbeitsbereiche optimal an jedes Gerät anzupassen. Egal, ob der User auf kleinem oder grossem Bildschirm arbeitet, egal, ob er Maus oder Touchscreen bevorzugt – der CHILI publisher sorgt für ein angenehmes Benutzererlebnis, und dies auf allen Endgeräten.

Neue Spezialeffekte für noch mehr gestalterische Freiheit

CHILI publisher 5.0 bietet weitere Effekte für Texte und Rahmen. So stehen verschiedene Optionen zur Anwendung von Schattentypen, abflachenden Kanten oder eindrucksvollen Reliefs zur Verfügung (nur um einige der neuen Gestaltungsmöglichkeiten zu nennen). Weiter wurden die effektvollen 3D-Darstellungsmöglichkeiten

nicht nur erweitert, sondern stehen jetzt auch in HTML5 zur Verfügung.

Unterstützung asiatischer Sprachen

Dank des zunehmend globalen Erfolgs von CHILI tritt der Hersteller nun auch auf die Forderung zur Unterstützung asiatischer Sprachen ein. So lassen sich in CHILI publisher 5.0 auch Dokumente editieren, welche in Chinesisch, Koreanisch oder Indonesisch mit horizontalem Text und entsprechenden TrueType-Schriften aufgebaut worden sind.

Dynamisches Bild-Update

Das neue Framework «Dynamic Asset Provider» (DAP) ermöglicht im CHILI-Editor die dynamische Nutzung von externen Quellen via «URL feed». Ein dynamisches Bild ist ein Bild, das in Realtime durch variable Informationen aus CHILI generiert wird. Solche Lösungen zur externen Generierung von beispielsweise Charts oder Diagrammen lassen sich dank des DAP-Frameworks elegant an den CHILI publisher anbinden. ■

drupa verpasst? Kein Problem. Nehmen Sie dafür an einem der CHILI-publisher-Webinare teil

CHILI publish und A&F führen im Sommer zwei Einführungswebinare zum CHILI publisher durch.

- **Donnerstag, 16. Juni, ab 14 Uhr**
- **Mittwoch, 24. August, ab 14 Uhr**

Anmeldung über www.a-f.ch/chili-webinar

BASPO schafft Bildersuche in Bestzeiten



Über 46'000 Titel in Deutsch, Französisch, Italienisch und Englisch: Das Bundesamt für Sport BASPO beherbergt in Magglingen die grösste Sportmediathek der Schweiz. Betrieben wird diese durch die Fachstelle Mediathek+Lernmedien der Eidgenössischen Hochschule für Sport Magglingen EHSM. Für die Organisation ihrer Bilder setzt die Fachstelle auf Elvis DAM, das Digital Asset Management System von WoodWing.

32'500 Bücher und Broschüren, 250 laufende Zeitschriften, 2500 Zeitschriftenartikel, 800 DVDs, 100 CD-/DVD-ROMs. In der grössten Schweizer Sportmediathek in Magglingen finden sich Print- und audiovisuelle Inhalte zu den meisten Sportarten und den relevanten sportwissenschaftlichen Themen. Sämtliche Medien stehen dem interessierten Publikum und vor allem den Studierenden der Eidgenössischen Hochschule für Sport Magglingen EHSM zur Verfügung. Als einzige Schweizer Hochschule befasst sich die EHSM mit Forschung, Entwicklung und Dienstleistung im Bereich Sport und bietet entsprechende Bachelor- und Masterstudiengänge an. Die EHSM ist Teil des Bundesamts für Sport BASPO und gleichzeitig der Berner Fachhochschule BFH angegliedert.

«Das intuitive und moderne User Interface von Elvis überzeugt genauso wie dessen Benutzerfreundlichkeit.»

Fachstelle pflegt Rekordmediathek

Dem Rektorat der EHSM sind vier Ressorts und zwei Fachstellen unterstellt. Eine davon ist die Fachstelle Mediathek+Lernmedien. Sie ist das Kompetenzzentrum für Lernmedien an der EHSM und damit Betreiberin

der grössten Schweizer Sportmediathek. Ihre Mitarbeitenden unterrichten in Bachelor- und Masterstudiengängen Medienkompetenz und Mediendidaktik, konzipieren und realisieren crossmediale Lehr- und Lernmaterialien für Unterricht und Training im Sport und unterstützen die sportwissenschaftliche Forschung mit audiovisuellen Aufzeichnungen und Messungen. Seit diesem Jahr organisiert und verwaltet die Fachstelle Mediathek+Lernmedien ihre Medienassets mit Elvis DAM von WoodWing.

Gemeinsame Ressourcen für gesteigerte Leistung

«Seit 1998 arbeiten unsere Fotografen mit Digitalkameras. Wir zählen heute einen Bildbestand von ca. 25'000», sagt Daniel Käsermann, Leiter der Fachstelle und selber Fotograf. Zwar wurden die Fotos stets konsequent mit Metadaten auf Basis des IPTC-Standards versehen, jedoch waren die Bilddateien nur in einer Verzeichnisstruktur auf Servern organisiert und damit nicht rasch verfügbar.

Diesem Umstand wollte man entgegenhalten. Der Medienvorstufe sowie internen Verwendern wie der Kommunikationsabteilung, der Webredaktion, den Verantwortlichen der Lernplattform mobilesport.ch oder auch Dozierenden sollte das Bildmaterial gleichermas-



sen benutzerfreundlich zugänglich gemacht werden. Dies erklärt Käsermann, der zusammen mit Paul Friedli, Leiter Realisation und Verantwortlicher der Produktionsinfrastruktur, das Projekt für ein professionelles Medienmanagement initiierte, definierte und führte. Nun ist das gesamte Bildarchiv der Fachstelle mit einer Digital-Asset-Management-(DAM-)Lösung organisiert.

Elvis DAM auf erstem Podestplatz

«Die Skalierbarkeit der Lösung und die Vielfalt der unterstützten Assetformate (Foto, Video, PDF, PPT) von Elvis DAM haben uns überzeugt», sagt Käsermann. Insbesondere, weil in einer zweiten Phase die DAM-Lösung ausgebaut werden soll. «Wir wollen Grafiken für die Medienvorstufe, das Printmedienarchiv (PDF), Präsentationen (PPT) der Dozierenden sowie Videos ins System integrieren», erklärt Käsermann. Das intuitive und moderne User Interface von Elvis überzeugt genauso wie dessen Benutzerfreundlichkeit. «Ausserdem», so Friedli, «liess sich die Lösung



Ersteller (Fotografen) die Metadaten durch Mitarbeitende der Mediathek (Fachmann I+D) ergänzt. Die Integration und Schulung der Fotografen, Redaktoren und Superuser ist seit Kurzem abgeschlossen, womit Elvis DAM künftig als internes gegen aussen geschlossenes Produktionsnetzwerk wirken wird.

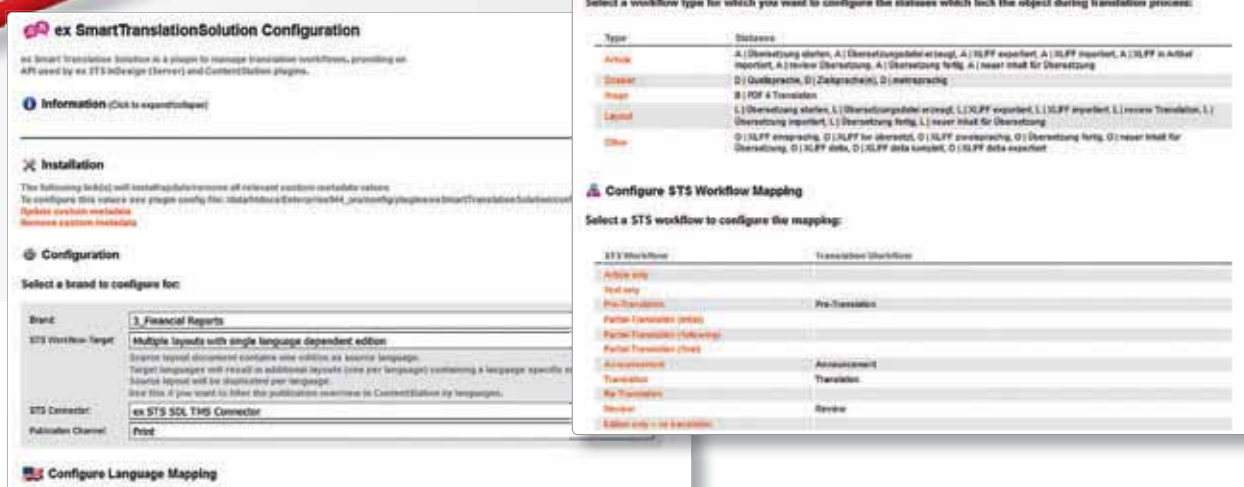
«Wir suchten bewusst Integratoren mit grosser Erfahrung in der Medienbranche und nicht «nur» einen Softwarehändler.»

Top durchs Team

Der Leistungsumfang von Elvis DAM punktet zwar von Beginn an. Für das Projekt selber waren für Käsermann und Friedli die beteiligten Parteien genauso wesentlich. «Wir suchten bewusst Integratoren mit grosser Erfahrung in der Medienbranche und nicht «nur» einen Softwarehändler», sagt Käsermann. Diverse in der Vergangenheit gescheiterte Vorgängerprojekte hätten diesen Beschluss erhärtet, so Käsermann weiter. «Mit Pascal Reutener von A&F haben wir einen sowohl informatik-technisch wie auch als Fotograf und Polygraf fachlich und methodisch äusserst kompetenten Partner kennen gelernt, der in geduldigster Art und Weise alle unsere Wünsche umsetzen konnte.» ■

«Die Skalierbarkeit der Lösung und die Vielfalt der unterstützten Assetformate von Elvis DAM haben uns überzeugt.»

einfach in unsere IT-Umgebung (Apple-Client-Server-System) integrieren. Im Besonderen bestach Elvis mit der Möglichkeit, verschiedene Rollen im Workflow zu definieren, wie die Projektverantwortlichen ausführen. So werden nach der Verschlagwortung durch die



ContentStation die Dokumente innerhalb eines Dossiers einfach gefiltert und dargestellt werden.

Vorübersetzungen

Manche Artikel (z.B. für Geschäftsberichte) sind zeitkritisch in der Erstellung. Oft fehlt die Zeit, zuerst die Ausgangssprache fertigzustellen, um anschließend die Übersetzung zu starten. Neu gibt es die Möglichkeit, einen Artikel bereits an die Übersetzungsstelle zu geben, ohne dass das Layout fertiggestellt sein muss. Es wird nur ein Übersetzungspaket (Artikel, PDF, Auftrag etc.) erzeugt und an das TMS übermittelt, ohne das Layout vorab in der Zielsprache anzulegen. Ist das Layout komplett, werden zwar alle darin platzierten Artikel nochmals in die Übersetzung geschickt, sie müssen aber dank «Perfect Match» nur noch auf allfällige Abweichungen überprüft werden. Dies ermöglicht es, dass besonders bei zeitkritischen Produktionen Arbeitsschritte parallel laufen können.

Vereinfachte Stati-Trigger

Für automatisierte Prozesse werden künftig nur noch die Statusänderungen des Artikels/Layouts als Auslöser, also Trigger, benutzt. Das neue Attribut «STS-Workflow» entscheidet dann über den jeweiligen internen Ablauf wie Ankündigung, Vorübersetzung, Übersetzung, Überarbeitung usw.

Keine Unterschiede zwischen Übersetzung und finaler Publikation mehr

«Retrofit», «Last look changes», «Delta-XLIFF»: alles Begriffe für die gleiche Lösung. Sie beschreiben die Differenzen zwischen Übersetzung und effektiv publiziertem Inhalt. Meist werden letzte Änderungen sowie die finale Überprüfung der Zielsprache direkt im Redaktionssystem vorgenommen. Daraus resultiert eine Inkongruenz zwischen den Daten im TMS und dem publizierten Inhalt. Diese Änderungen sollten natürlich auch immer in das TMS zurückfließen, damit ein Zugriff auf die korrekten Übersetzungen möglich bleibt. Dies war bisher mit keinem System möglich.

STS hat nun diese Lücke geschlossen und sammelt selbstständig alle nachträglichen Änderungen der übersetzten Inhalte in einem automatisch erzeugten «Delta-XLIFF». Nach der Freigabe des Dokuments kann diese Datei ins TMS eingespielt werden.

Automatischer Import der Übersetzung

Übersetzte Inhalte können nun den entsprechenden Enterprise-Artikeln automatisiert zugeordnet und importiert werden. Somit müssen die Übersetzungen nicht mehr manuell in den jeweiligen Layouts übernommen werden.

Metadaten automatisch anlegen

Mit der aktuellen Version von STS werden die für den Workflow benötigten Metadaten in der Konfiguration vordefiniert und sie können per Knopfdruck vom Administrator angelegt werden.

Erleichterte Fehlersuche

Falls z.B. der InDesign-Server nicht läuft oder ein Konfigurationsdetail falsch ist, schreibt das STS-Server-Plug-in die Fehlermeldung in ein WoodWing-Enterprise-Feld und setzt den Status des jeweiligen Objekts auf «Error». Somit ist der Informationsfluss zum Anwender gesichert. ■

Roadmap: So geht es weiter

STS basiert auf den Technologien des ex Translation-Filters – und somit auf InDesign-Dokumenten. Es besteht aber auch das Bedürfnis, Enterprise-Artikel zu übersetzen, welche nicht auf einem Layout platziert wurden. Hierfür wird in der nächsten STS-Version ein neuer Workflow verfügbar sein, welcher es ermöglicht, Artikel ohne Layoutplatzierung ebenfalls automatisch in den Übersetzungsprozess einzubinden.

Redaktionsprozesse besser planen und koordinieren

«Verbessern Sie die Planungs- und Koordinationsprozesse in Ihrer Redaktion», mit dieser Aussage wirbt Desk-Net mitunter für ihr gleichnamiges Tool. Tatsächlich gewinnt Desk-Net in Redaktionen an Beliebtheit. Die Lösung vereinfacht die Themenplanung und die Prozesskoordination.

Content-Produzenten setzen bei der Erstellung und Bearbeitung ihrer redaktionellen Inhalte sowie bei Multi-Channel-Publishing auf Redaktionssysteme. Doch womit wird der Redaktionsprozess gesteuert? Wie werden Aufträge vergeben und wie wird die Verteilung der Inhalte über die einzelnen Kanäle geplant?

Der Klassiker: eine Vielzahl an Excel-Tabellen, unendlich viele Telefonate, lange Meetings und eine schier unüberschaubare Anzahl an E-Mails. Den dadurch verursachten Aufwand kann sich kaum eine Redaktion leisten. Ganz zu schweigen davon, dass redaktionelle Qualität über alle Kanäle hinweg nicht vollumfänglich gewährleistet werden kann.

Die professionelle Variante: Redaktionen weltweit ergänzen ihre Systemwelt um Desk-Net. Diese Cloud-Lösung ergänzt das bestehende Redaktionssystem um weitere Funktionen, vor allem für die Planung und Koordination der einzelnen Prozesse.

Themen crossmedial planen

Im Fokus von Desk-Net steht die Themenplanung – ganz gleich, ob für eine Website, eine Zeitung, ein Monatsmagazin, Social-Media-Kanäle oder für alle zusammen. Listen mit Ideen werden geführt, Content wird nach Oberthemen zusammengefasst, sortiert oder gefiltert. Über Desk-Net werden die Inhalte schliesslich einem oder mehreren Kanälen zugewiesen und mit den entsprechenden Veröffentlichungsdaten versehen. Die Themenverwaltung wird durch die Themen- und Umfangsplanung erweitert und schafft die nötige Transparenz über alle Themen, Inhalte und Kanäle.

Aufträge vergeben – intern und/oder extern

Wer arbeitet an welchem Thema? Wer ist verfügbar? Und wer ist abwesend oder dem Spätdienst zugewiesen? Desk-Net erleichtert das Koordinieren von redaktionellen Workflows, Diensten oder Abwesenheiten

Themen- und Kanalplanung in der Übersicht

Statusgesteuerte Story

Informationen und individuelle Anhänge zur Story hinterlegen

DESK-NET>

Newsroom Management

erheblich. Der Anwender erhält den nötigen Überblick, um die Redaktion zu steuern, sprich die Aufgaben intern oder extern zu vergeben. Aufträge hängen dabei direkt an Themen. Wer was wann erledigen kann oder muss, ist bequem ersichtlich. Ausserdem kann die Kommunikation mit freien Mitarbeitenden direkt über Desk-Net verlaufen. Zeitaufwendige Abstimmungsprozesse werden deutlich schlanker.

Termine im (Über-)Blick

Presseeinladungen, Interviewtermine etc. – vom Eingang eines Termins per E-Mail bis zur Themenplanung: In Desk-Net ist das ein nahtloser Prozess. Daten, Anhänge und/oder Themenlisten können Mitarbeitenden zugewiesen oder in deren Kalender übernommen werden. Die Termine und die dazugehörigen Berichte sind schnell überblickt.

In WoodWing Enterprise integriert

Desk-Net bietet eine einfach zu nutzende REST API und einen XML-Dateiexport zur Anbindung an andere Systeme. A&F ihrerseits hat Anbindungen an die ContentStation von WoodWing Enterprise sowie an Elvis DAM entwickelt. Dabei übergibt Desk-Net, sobald Inhalte einen festgelegten Status erhalten, die Daten an WoodWing Enterprise und generiert dort automatisch Dossiers. Eine Rückübergabe von Daten an Desk-Net ist dabei möglich.

Vernetzt und sicher in der Cloud

Desk-Net ist als Cloud-Lösung konzipiert. Sicher auf EU-Servern gehostet, können Nutzer von überall her auf die Daten zugreifen. Die Nutzung per Tablet ist bereits möglich und eine Mobile-Version folgt im Juni 2016. ■

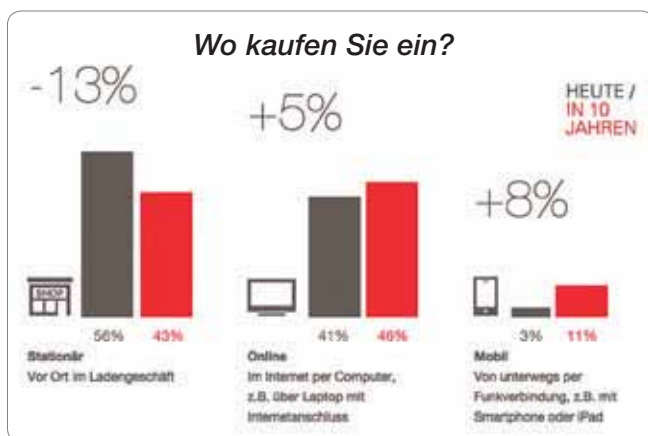


Ressourcenplanung und Zuteilung von Aufträgen

Die Desk-Net GmbH unterstützt rund 100 Kunden weltweit im Redaktionsmanagement und wächst stark. Nachrichtenredaktionen wie die der «NZZ», der «Süddeutschen Zeitung» oder der «L.A. Times» nutzen Desk-Net genauso wie Magazine und Fachverlage oder Kommunikationsabteilungen. So gehören unter anderen auch Migros, Red Bull und FWW Medien zum Desk-Net-Kundenstamm.

Omnichannel – die Brücke zwischen zwei Welten

Gibt es etwas, was man sich heutzutage nicht online bestellen kann? Ein Griff zum Smartphone reicht, um vom Sofa aus Produkte zu suchen, zu vergleichen und mit Freunden zu teilen. Die Ware wird einem bequem nach Hause geliefert. Braucht es denn überhaupt noch «echte» Geschäfte?



STEPHAN PUA Im Verlauf der letzten Jahre hat die stetige Digitalisierung unseren Alltag geprägt. Unsere Gesellschaft ist fast immer online. Nicht weil wir den ganzen Tag am Schreibtisch sitzen, sondern weil unsere digitalen Helfer immer mobiler werden. Die Unternehmen haben mit Onlineshops gekontert, diese an mobile Endgeräte angepasst und sich eine Social-Media-Präsenz gesichert. Wer sich jetzt selbst auf den Rücken klopft und meint, damit sei die Sache erledigt, hat den grundlegenden Wandel des Einkaufsverhaltens nicht erkannt.

So sehen Konsumenten die Zukunft

Ein Drittel der Kunden benutzt im Laden das Smartphone, um Zusatzinformationen zu Produkten zu recherchieren oder Preise online zu vergleichen («Die Mobile Revolution», 2013) und bringt somit die Onlinekonkurrenz direkt mit ins Geschäft. Die Furcht, dass Onlineshops den Retail endgültig ins Grab zwingen, scheint bestätigt zu sein. Wird unsere Gesellschaft in Zukunft nur noch im Internet bestellen? In der Studie «Zukunft des Handels» (2015) antworten 55% mit einem deutlichen Nein. Es ist also an der Zeit, neue Strategien zu entwickeln, welche die neue Konnektivität der Konsumenten zum Vorteil des stationären sowie des Onlinehandels nutzt.

Omnichannel – der Kunde steht im Mittelpunkt

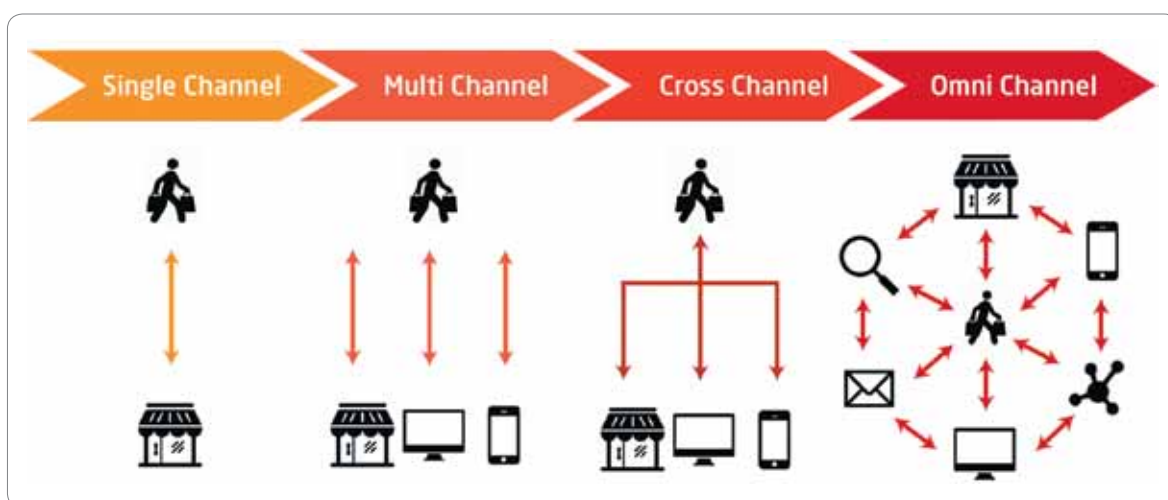
Es reicht nicht aus, nur eine kanalübergreifende Strategie zu verfolgen – denn nicht jeder Konsument findet sich gleich gut online zurecht. Einheitlichkeit, Austauschbarkeit der verschiedenen Kanäle und regelmässige Datenpflege gehören längst zur Geschäftsmanier, doch die Omnichannel-Strategie geht noch einen Schritt weiter. Es wird nicht nur auf eine nahtlose Verbindung zwischen der digitalen und der realen Welt geachtet, sondern auch auf eine totale Customer Centricity. Um Wert für den Konsumenten zu erschaffen, schmiegte sich die gesamte Organisation an den Kunden, um eine individuelle, massgeschneiderte Customer Journey zu ermöglichen.

Sag mir, was du magst, und ich sage dir, wer du bist

Die Voraussetzung für den Aufbau einer Beziehung zwischen Kunde und Geschäft basiert auf bereits vorhandenen und neu zu generierenden Nutzerdaten und deren regelmässiger und gezielter Auswertung bei der Antizipation von Nutzerbedürfnissen. Egal ob die Daten aktiv oder passiv gesammelt werden, gilt: Transparenz ist verbindlich, um das Vertrauen in das Geschäft zu gewährleisten, gerade auch, weil Datenschutz eine Debatte ist. Doch für individualisierte Angebote, wie Empfehlungen und Rabatte, stellen Konsumenten gerne ihre Daten zur Verfügung. Hier ist die Onlinemobilität ein Vorteil, weil Kunden über Apps, Geofencing und Local Inventory Ads überall erreichbar sind. Es ist daher essenziell, dass Angebote den Erwartungen des Kunden entsprechen, damit die Datensammlung als Vorteil für den Kunden erkannt wird.

Mehr als Einkaufen – die Omnichannel-Strategie

Für diese Strategie wird die enge Kollaboration und Interaktion mit den Kunden an allen Kontaktpunkten vorausgesetzt. Fühlt sich der Besucher auf der Website oder im Laden wohl und aufgehoben, ernst genommen und verstanden, ist der erste Schritt



Quelle Illustrationen: www.zukunftdeshandels.de/omnichannel/ergebnisse

bereits getan. Darin ist auch der Sinn der kanalübergreifenden Strukturen zu sehen, damit der Kunde jederzeit und ohne Komplikation den Kanal wechseln kann. Das sogenannte One-to-one-Retailing ist aber nicht nur auf Onlineshopping begrenzt. Falls der Laden und das Personal richtig ausgestattet sind, können Verkaufsberater zu Touch-Point-Managern werden. Via Tablets oder Smartphones können diese auf die Verkaufshistorie der Kunden zurückgreifen und ihre Empfehlungen entsprechend anpassen, mehr Informationen zu Produkten aufrufen und auch Produkte, die nicht auf Lager sind, einbeziehen.

Der stationäre Handel in Bewegung

Die Funktion des stationären Geschäftes muss also auch umgedacht werden. Das Konzept eines Showrooms oder Pop-up-Stores ist attraktiv, weil der Onlinehandel den Einkaufshäusern die Arbeit abnimmt. Ware kann online in einem Click-&-Collect-System einfach abgeholt werden oder im Geschäft selbst, oder sie kann nach Hause geliefert werden. Der im Onlineshop fehlende Personenbezug sowie die haptische, sinnliche Dimension werden im stationären Geschäft wieder wettgemacht. Im Zentrum des Omnichannel-Ansatzes steht der Erfahrungswert der Kundschaft. Dieser kann pragmatisch und effizient umgesetzt oder auch zu einem künstlerischen Unterfangen werden. Einrichtung, Atmosphäre und ein sorgfältig kuratiertes Angebot gehen Hand in Hand mit Identitätsmanagement. Unterhaltsame und raffinierte

digitale Innovationen machen den Einkauf zu einem interaktiven Erlebnis. Via App, QR-Code und Bildschirm können sich Sparfüchse selbst über Angebote informieren. Und wenn es bei der Konkurrenz doch billiger ist – eine Preisanpassung rückt das Geschäft in ein positives Bild. Entgegenkommen ist schliesslich das neue A und O des Marketings.

Sofern man sich stetig über neue Trends und Innovationen informiert, sie geschickt und gezielt einsetzt und für Kunden ein offenes Ohr hat, muss man den Wandel im Einkaufsverhalten nicht fürchten. Wer den Mut hat, über den eigenen Horizont zu schauen, dem gelingt es auch, die perfekte Balance zwischen online und offline im Geschäft zu finden. ■

Zum Autor

Stephan Pua, geboren 1969, Betriebswirtschaftler HF, Executive MBA Strategisches Management, Dozent Online Marketing an der Marketing & Business School Zurich, Geschäftsführer xmedia der MeierWaser AG und der Stämpfli all media AG, Aufsichtsrat und Stiftungsrat, Gründer von scpfactory, Mitgründer von serecomm mit Blauer-Papagei.ch, Mitgründer von extraware mit iphone-tuning.ch und iphone-fashion.ch, Mitgründer von innolox.



Weshalb braucht's eigentlich Publikationssysteme?

Der Kunde will ein konsistentes Einkaufserlebnis, also konsistente Produktinformationen über alle Kanäle hinweg und personalisierte Werbeangebote. Das ruft in Unternehmen nach Omnichannel Marketing. Dafür stehen zig Verkaufskanäle sowie eine Unmenge an Produkt-, Kunden- und Profildaten zur Verfügung. Und jetzt? Wie organisieren?

Ist Ihnen folgendes Szenario vertraut?

Berge an E-Mails mit angehängten Word- oder Text-Dateien, Excel-Listen, CSV-Tabellen und Bilder in den verschiedensten Formaten häufen sich neben Stapeln an hoch aufgelösten Bilddaten, PDF- oder InDesign-Dateien. Als ob das noch nicht genug wäre, türmen sich dieselben Datenberge auch auf Italienisch, Französisch oder Englisch – und das alles für nur ein Projekt. Hier noch den Überblick zu wahren, ist schier unmöglich. Welches war nochmals die aktuelle Version des französischen Textes für Seite 13 und was war nun das endgültige Bild? Nur ein schwacher Trost, dass auch die anderen Beteiligten mit denselben Problemen kämpfen. Denn wie auch immer, irgendwie muss aus diesen Datenmassiven ein Katalog entstehen oder ein Webshop befüllt werden – oder beides.

Wünschten Sie sich nicht auch ...

... eine Art allmächtige Excel-Datei? Quasi ein Gefäß, welches die Datenberge in sich aufnimmt, abspeichert, versioniert, datiert, zuweist – schlicht organisiert. Und gleichzeitig der Ort ist, worauf alle Projektbeteilig-

ten zugreifen, Dateien einspeisen und abholen. Ein Gefäß, das als Zentrale die aktuellsten Versionen stets ersichtlich, ältere Versionen immer abrufbar und Sprachvarianten deutlich erkennbar macht sowie alle Daten nur in einmaliger Ausführung hält. Dazu als Hilfsmittel dient, welches wiederkehrende Abläufe wie Importe und Exporte automatisiert.

... dann suchen Sie ein Publikationssystem

Es existiert eine Vielzahl an Lösungen, die dem Wunsch nach vereinfachtem Datenhandling und einem geordneten Workflow nachkommen. Sie vereinen sich unter dem Begriff Publikationssysteme. Es gibt einfache und umfangreiche, solche, denen eine einzige Excel-Tabelle als Grundlage dient, und grössere, welche keine Wünsche offenlassen. Als wohl einfachste Variante softwaregestützter Automatisierung kann die Serienbrieffunktion in MS Word angesehen werden. In InDesign wirkt die Möglichkeit, mit dem Werkzeug Datenzusammenführungen zu arbeiten, als erster Automatisierungsschritt. Eine Stufe höher finden sich Consumer-Datenbanken wie

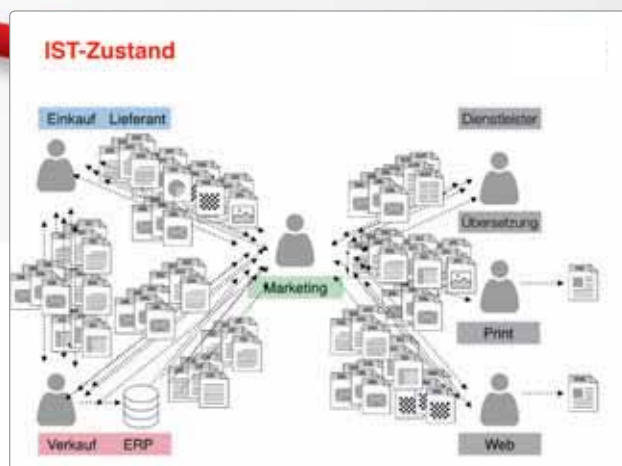
Publishing- vs. Publikationssysteme resp. Redaktions- vs. PIM-Systeme

Im Prinzip tragen beide Arten von Systemen zur Automatisierung und Effizienzsteigerung beim Publizieren von Inhalten bei. Der Unterschied zwischen Publishing- und Publikationssystemen liegt in der Beschaffung der Inhalte für die einzelnen Publikationskanäle. Während Erstere contentgetrieben sind, bauen Letztere auf Produktinformationen auf.

Publishingsysteme, meist Redaktionssysteme, werden dann eingesetzt, wenn die Herstellung von Content im Vordergrund steht, üblicherweise bei der Produktion von Zeitungen, Zeitschriften, Mitarbeitermagazinen oder

Websites. Sie vereinfachen die Verwaltung von redaktionellen Inhalten und verbessern den Workflow bei redaktionsgetriebenen Produktionsprozessen.

Publikationssysteme ihrerseits fundieren auf einem Product-Information-Management-(PIM-)System. Hierbei geht es um die Bereitstellung von produktrelevanten Informationen für unterschiedliche Kommunikationsmittel, also in erster Linie um Produktkommunikation. Klassischerweise zu finden bei der Erstellung von technischen Dokumentationen, Anleitungen, Printkatalogen oder Webshops.



FileMaker oder MS Access. Aufwendigere Workflows lassen sich mit den InDesign-Plug-ins Easy-Catalog oder priint:comet realisieren. Wer keinen Eingriff ins Layout benötigt, ist bereits mit DocScape gut bedient. Viele Anwendungsfälle können auch mit einem Content Management System (CMS) wie Drupal abgedeckt werden. Wer Performance benötigt und nicht jede Schnittstelle zu einem Fremdsystem entwickeln lassen will, kommt allerdings um ein professionelles Product Information Management System (PIM) nicht herum.

PIM ist Pflicht für Omnichannel Marketing

Die komplexen Anforderungen an Omnichannel Commerce können Unternehmen kaum mehr ohne zentrale Stammdatensysteme bewältigen. Sie bilden die Basis für Omnichannel Marketing, wobei gerade das Produktinformationsmanagement eine tragende Säule ist. Mittels PIM-Systemen werden hier Integration, Erstellung, Pflege und Bereitstellung von Produktdaten – auch mehrsprachig – unterstützt.

PIM und DAM sind die Kür

An PIM-Systeme lassen sich in der Regel Bilddatenbanken, also Digital Asset Management (DAM) oder synonym Media Asset Management (MAM), anbinden. Diese Lösungen ermöglichen ihrerseits die zentrale und medienneutrale Haltung von Fotos, Videos oder Audiodateien. Die Integration von einem PIM- und einem DAM-System ist die Kür, um dem Wunsch eines organisierten Datenhandlings sowie eines effizienten Workflows gerecht zu werden. Gerade aber für Unternehmen, die sowohl Webshops, CMS und Printkataloge regelmässig mit aktuellen Informationen und Mediendaten bestücken müssen, empfiehlt es sich, auch ein DAM-System in Betracht zu ziehen.

Wie eine geeignete Lösung gefunden wird und was beachtet werden muss, wird im nächsten Artikel dieser Serie diskutiert. ■

E-Commerce – wir sind bereit

Unternehmensstrategien werden aktuell immer mehr auf E-Commerce ausgerichtet. Mit unseren PIM-Systemlösungen (www.a-f.ch/software/product-information-management) haben wir eine Basis geschaffen, um auf die Herausforderungen im E-Commerce-Umfeld reagieren zu können. Zusammen mit unserem kompetenten Partner REFUSiON GmbH können wir für Unternehmen die passende E-Commerce-Lösung anbieten. Bereits bei der Lehner Versand AG (Projektbeschreibung in der Ausgabe 3 / Dezember 2015 des A&F TIME) konnten wir unsere gute Zusammenarbeit unter Beweis stellen.

REFUSiON ist spezialisiert auf die Realisation von E-Commerce-Lösungen, auf deren Anbindung an bestehende interne Systeme der Unternehmen und die Gewährleistung eines unterbrechungsfreien Betriebs des Webshops. Dazu gehören auch massgeschneiderte Entwicklungen zur Abdeckung der individuellen Bedürfnisse der Unternehmen, um deren Kunden persönlicher anzusprechen und serviceorientiert zu bedienen.

Für weitere Informationen wenden Sie sich an:

Stefan Schärer | sschaerer@a-f.ch

Marketing, wie es sein könnte

«Die Hälfte des Geldes, das ich für Werbung ausbebe, ist verschwendet. Das Problem ist, ich weiss nicht, welche Hälfte.» Ein Zitat, das sowohl Henry Ford als auch dem Vater der modernen Werbung John Wanamaker zugesprochen wird. So oder so, die über 100 Jahre alte Weisheit ist heute noch vielerorts aktuell. Was tun, um dies zu ändern?

Mit jedem Tag wird die Welt digitaler und somit auch das Marketing. Da sollte es doch möglich sein, diesen digitalen Wandel auch für sich zu nutzen, die Kunden besser anzusprechen und somit dem Ziel des 1:1-Marketings mit grossen Schritten näherzukommen.

Die Realität des Marketers

Der Alltag im Marketing ändert sich sehr schnell, die Arbeitsweise dagegen nur sehr langsam. Es kommen regelmässig neue Kanäle – online, offline, soziale, mobile, eigene, fremde und natürlich jede Kombination hiervon – und somit neue Herausforderungen hinzu. Hat man gerade endlich mal seine ersten Facebook-Kampagnen umgesetzt, kommt die Forderung, sich auch den Themen Mobile, Snapchat, Twitter oder Instagram zu widmen. Daneben gilt es, die klassischen Kanäle, wie Print, TV usw., nicht ausser Acht zu lassen.

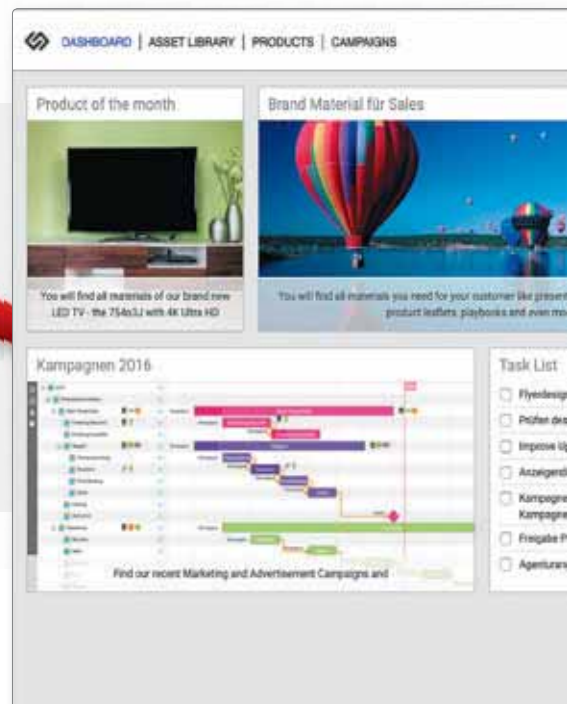
Die Gefahr, den Überblick zu verlieren

Am Ende besteht ein hohes Risiko, dass der Marketer die Übersicht über seine Aktivitäten verliert und immer weniger argumentieren kann, welche Massnahmen erfolgreich waren und welche nicht. Und damit ist nicht gemeint, wie viele Klicks, Facebook-Fans oder Twitter-Nachrichten erzeugt wurden, sondern wie viel tatsächlich durch die Aktivitäten an Umsatz für das Unternehmen erreicht wurde.

Die Gründe für den Überblickverlust gestalten sich recht vielfältig: fehlende Strategie, Datensilos oder Technologie, die den heutigen Anforderungen in der Summe nicht gerecht werden kann. Hinzu kommt, dass häufig die Prozesse im Hintergrund unstrukturiert, zu langsam, nicht abgestimmt oder manuell ablaufen.

Gewisse Ziele bleiben unerreich

Das angestrebte Ziel, jederzeit einen umfassenden Überblick über seine Aktivitäten zu haben, schnell reagieren zu können, automatisiert und damit kosten- und ressourceneffizient im 1:1-Austausch mit dem Kunden zu stehen, kann nicht erreicht werden.



Digitale Transformation ja, aber wie konkret

Viele Unternehmen setzen bereits entsprechende Projektgruppen auf und sorgen für die fortwährende Digitalisierung im eigenen Haus. Der Einkauf arbeitet mit ERP, der Vertrieb mit CRM, die IT mit Data Ware House und Business Intelligence – nur beim Marketing stellt sich oft noch die Frage, welches System zu welchem Nutzen eingesetzt werden könnte.

Der Blick in eine ideale Zukunft

Die Marketingabteilung verfügt über ein Marketing Resource Management (MRM) und über ein Marketing Information Management System.

1. Einfache Kampagnenplanung

Ein Marketer möchte eine neue Kampagne planen: Über ein digitales Dashboard gibt er ein paar Parameter, wie das Produkt, die Zielgruppen und mögliche Key Performance Indikatoren (KPIs), vor. Das System errechnet auf Basis historischer Daten, welche Kanäle genutzt werden sollen, welche Massnahmen zu wählen sind, wie viel Budget benötigt wird und wie viel Vorlaufzeit eingeplant sein sollte.

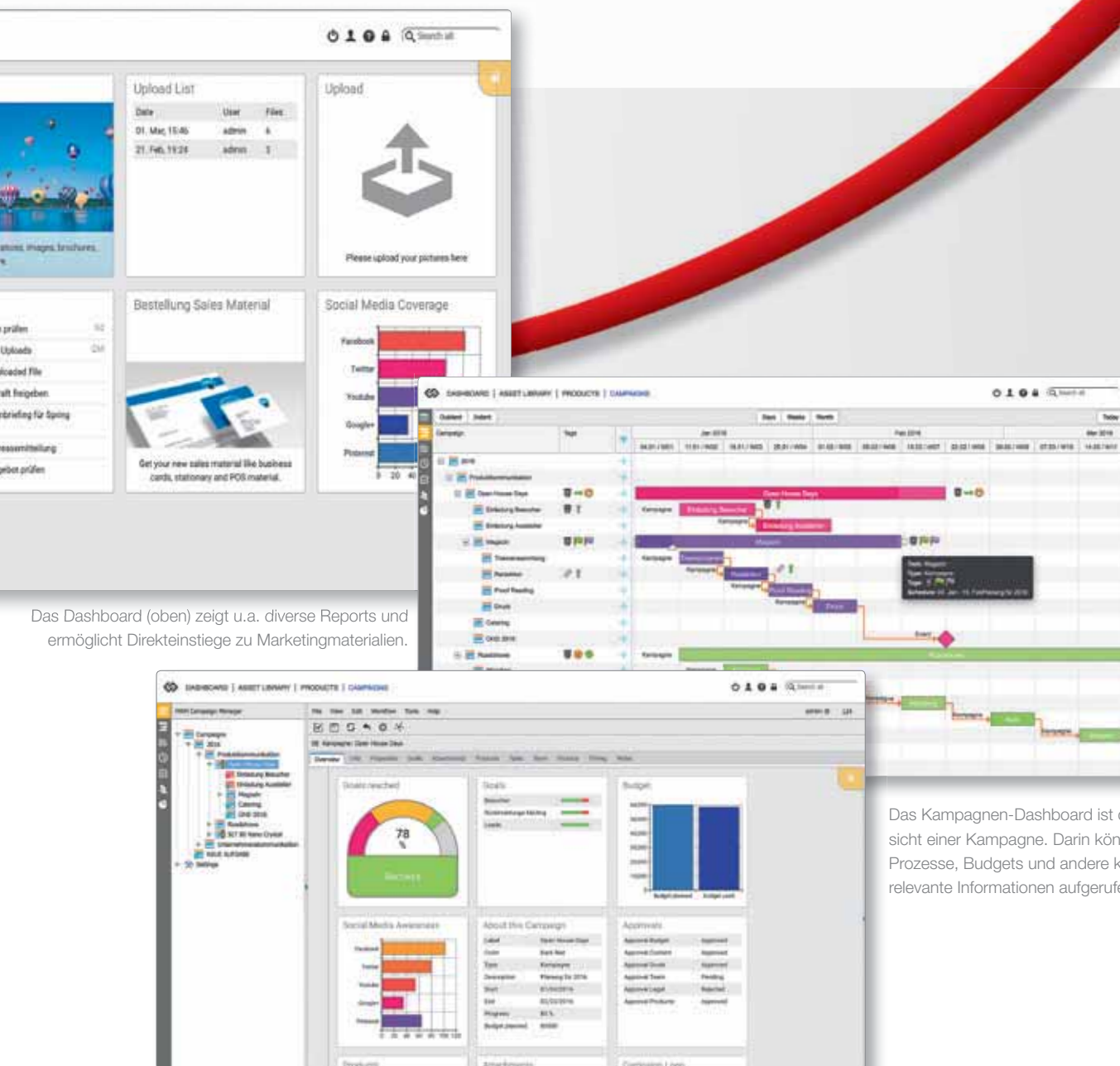
2. Einfache Kampagnenvorbereitung

Entspricht das Simulationsergebnis den Erwartungen, kann der Marketer mit einem Klick die Kampagnenvorbereitung starten.

Alle am Projekt beteiligten Personen werden durch das System informiert und können die Durchführung der Kampagne einplanen. Sie werden von zahlreichen Tools, wie Autoremindern, Projektübersichten, Projektbudgetüberwachung, Digital Asset Management Software usw., unterstützt.

3. Einfacher Kampagnenstart und Übersicht über die Zielerreichung

Bei Kampagnenstart werden die Kampagnendaten gesammelt und zur Auswertung genutzt. Ob Klickraten, Responsedaten, Besuchsberichte oder andere



Das Dashboard (oben) zeigt u.a. diverse Reports und ermöglicht Direkteinstiege zu Marketingmaterialien.

Das Kampagnen-Dashboard ist die Detailansicht einer Kampagne. Darin können Assets, Prozesse, Budgets und andere kampagnen-relevante Informationen aufgerufen werden.

– sie alle können in Echtzeit abgerufen werden. Der Marketer sieht von Beginn an, ob die Kampagne die gesetzten Ziele und KPIs erreicht.

4. Rasche Reaktionsmöglichkeit und stete Budgetüberwachung

Und falls dem nicht so ist, kann kurzfristig reagiert werden; mit den eingesetzten Systemen ist die Erstellung von Marketingmaterialien deutlich schneller und die Verteilung der Inhalte in die unterschiedlichen Kanäle erfolgt überwiegend automatisiert. Die erfolgreichen Massnahmen können verstärkt und die weniger erfolgreichen umgeleitet oder angepasst werden. Das Budget bleibt stets überwacht und kann optimal für die erfolgreichen Massnahmen eingesetzt werden.

5. Argumente gegenüber der Geschäftsleitung

Da das System vernetzt arbeitet, ist der Marketer aussagefähig gegenüber der Geschäftsführung. Er kann zeigen, wie wichtig Marketingmassnahmen für die Erreichung der Unternehmensziele sind, und die interne Positionierung des Marketings zusätzlich steigern.

Die ersten Schritte in die ideale Zukunft

Alles mit einem Tool im Griff zu haben, klingt doch sehr verlockend, aber wo soll bei der Einführung von Systemen gestartet werden? Im Prinzip zuerst mit einer Analyse der aktuellen Abläufe, gefolgt von einer Prüfung, wo ein System die Effizienz steigern könnte. Grundsätzlich empfiehlt es sich für solche Projekte, von Anfang an Experten hinzuzuziehen. ■

Berater einbinden und mit einem Workshop starten

A&F und CONTENTSERV bieten individuell abgestimmte MRM-Workshops an. Gemeinsam evaluieren Sie mit uns Ihre aktuellen Abläufe im Marketing und zusammen mit Ihnen erarbeiten wir, wie wir mit unserem System die Abläufe optimieren können.

Melden Sie sich unverbindlich bei:

Andreas Sattlegger | asattlegger@a-f.ch

Lizenzwesen! Aha!?

Und was macht ihr da genau?

Software und Lizenzen. So lautet die Beschreibung ihres Jobs. Guido Strassmann und Ivana Jenny stellen die Abteilung Lizenzen bei A&F und beide sind dem Verkaufsteam angegliedert. Doch was heisst «Software und Lizenzen» konkret? Wie sieht der Arbeitsinhalt und -alltag in diesem Aufgabenfeld aus? Ein Weg, die Abteilung und ihre Stelleninhaber vorzustellen.

Genauso wie Bücher, Filme oder Musik ist Software, als Ergebnis kreativer Arbeit, urheberrechtlich geschützt. Eine Softwarelizenz ihrerseits stellt das Einverständnis des Softwareherstellers zur Installation

denen Vereinbarungen. Die Flexibilität und Auswahl nimmt weiterhin von Jahr zu Jahr zu. Genau hier setzt die Lizenzabteilung von A&F an.

«Wir sind nicht nur ein sogenannter Box-Mover. Im Gegenteil. Wir kennen die Produkte in unserem Sortiment sehr genau.»

und Nutzung seiner Software auf einem Computer dar. Eine Lizenz enthält die Bedingungen, welche die Nutzung der Software regelt. Heisst, sie beinhaltet den Umfang der Lizenzrechte inklusive deren Einschränkungen, beispielsweise von wie vielen Benutzern, auf welcher Hardware und in welcher Form die entsprechende Software angewendet werden darf.

Die Nutzung von Softwareprodukten wird dabei durch eine immer grössere Vielfalt an Lizenzmodellen geregelt. Sie kommen, auf alle denkbaren Einzelpersonen und Organisationen ausgelegt, in vielerlei Form vor: vom einfachen «Klicken zum Annehmen»-Format bis hin zu komplexeren, nach Verhandlungen entstan-

Nicht Box-Moving, sondern Lizenz-Studying

Softwarehersteller befinden sich in einem laufenden Prozess von Erneuerungen und Erweiterungen ihrer Produkte. Die Lizenzmodelle werden ständig geändert und modernisiert, womit sich auch immer mehr die Cloud-Lösungen verbreiten. «Wir beobachten solche Entwicklungen auf dem Markt seit jeher und analysieren jegliche Modelle», sagt Guido Strassmann. Denn die Abteilung verfolge das Ziel, den Kunden jeweils die aktuellste und bestmögliche Lösung anbieten zu können. «Wir sind nicht nur ein sogenannter Box-Mover wie die meisten Softwareanbieter», so Strassmann. «Im Gegenteil. Wir kennen die Produkte in unserem Sortiment sehr genau. Wir können dadurch nicht nur Support leisten, sondern wissen um die einzelnen Lizenzierungsmöglichkeiten Bescheid.»

Lizenzwesen – die ganze Bandbreite

Marktveränderungen stets auf dem Radar zu haben, ist jedoch nur ein Teil des Arbeitsalltags im Lizenzwesen. Vielmehr antworten Strassmann und Jenny auf



«Wir sind mittendrin in der digitalen Revolution. Die Zukunft der Medien ist digital. Dafür braucht es die passenden Lösungen und Lizenzen.»

Nach acht Monaten Freiwilligendienst in Südamerika startete die junge Aargauerin Ivana Jenny vor knapp zwei Jahren bei A&F. Seit Beginn arbeitet die gelernte Informatikerin mit Schwerpunkt Systemtechnik für die Abteilung Software und Lizenzen. Sie ist Mitglied des Verkaufsteams von A&F und in erster Linie für den Einkauf und Verkauf von Software-Updates und -Lizenzen zuständig. Dazu unterstützt Jenny das Team Macintosh Solutions von A&F im Verkauf. Aktuell absolviert sie berufsbegleitend ein Studium in Wirtschaftsrecht an der ZHAW (Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften).

LICENSE



«Es ist wichtig, dass wir uns mit den ständigen Neuerungen und Veränderungen im Markt der Softwareprodukte und -hersteller auseinandersetzen. Nur so können wir uns an vorderster Front profilieren. Ich kann mit gutem Gewissen sagen: A&F ist der Zeit voraus.»

Guido Strassmann arbeitet seit nunmehr 18 Jahren bei A&F. Anfänglich unterstützte er die Techniker im Aussendienst, wechselte aber kurz darauf aufgrund interner Entwicklungen in den Verkaufsdienst und etablierte sich als ausgewiesene Fachperson im Lizenzwesen. Strassmann ist für die Beratung und den Verkauf von Software, Updates, Lizenzen und Maintenance verantwortlich. Der Start bei A&F im November 1998 kam für ihn mit den ersten Schritten in der Informatik gleich. Nach seinem Musikstudium in L.A. Anfang der 90er-Jahre jobbte der gelernte Automechaniker in den Bereichen Mechanik, Montage und Reparatur, bevor er bei A&F anfang.

die Frage «Was macht ihr da genau?» mit einer Wortschlange an Substantiven: Beratung und Information zu Neulizenzen, Upgradelizenzen, Lizenzmodellen, Wartungsverträgen, Einkauf und Verkauf von Software und Lizenzen, Verwaltung der Lizenzdatenbanken, Offert- und Bestellwesen, Auftragsabwicklung und Lagerbewirtschaftung.

Lizenzwesen – ganz konkret

Ein Grossteil des Alltags gehört der Lizenzberatung und dem Verkauf. «Wir erklären die Angebotsformen einzelner Softwareprodukte, geben Empfehlungen zu Lizenzierungen ab und erklären allfällige Veränderungen bei Modellen», sagt Strassmann.

Daneben beschäftigen sich die beiden an gewissen Tagen fast ausschliesslich mit Wartungsverträgen. Darunter fallen insbesondere das Kontrollieren und Aufbereiten von Offerten und Rechnungen für Kunden sowie deren genauer Abgleich mit den Lizenzinformationen und Angeboten der Hersteller. Viele Softwareverträge laufen automatisiert und können dadurch schneller verarbeitet werden.

In diesem Zuge wird auch stets die Lizenzdatenbank gepflegt. Darin finden sich Angaben zu den Lizenzmodellen der einzelnen Softwareprodukte und welcher A&F Kunde was, wie und wo im Einsatz hat. «Dies ist

durchaus mit einigem Aufwand verbunden, hilft uns aber bei der Beratung», sagt Strassmann. «Steht eine Aktualisierung oder etwas Ähnliches an, können wir dem Kunden individuell weiterhelfen.» Nichtsdestotrotz lohne es sich auch für den Kunden, selber eine saubere Dokumentation von den im Betrieb eingesetzten Produkten zu führen, ergänzt Jenny: «Man spart Zeit und Geld bei allfälligen Updates und Erneuerungen, wenn man weiss, was man hat.»

«2015 wurden wir von Adobe als Platinum-Partner mit einem Award ausgezeichnet als einer der drei besten Partner im gesamten EMEA-Raum.»

Ausgewiesen ausgezeichnet

Beinahe zwei Jahrzehnte arbeitet Strassmann nun bereits bei A&F. Auf die Frage, was eines seiner eindrücklichsten Erlebnisse in dieser Zeit war, verweist er auf ein gar nicht so lange zurückliegendes Ereignis: «2015 wurden wir von Adobe als Platinum-Partner mit einem Award ausgezeichnet als einer der drei besten Partner im gesamten EMEA-Raum (Wirtschaftsraum: Europe, Middle East & Africa) im Bereich Vertrieb und Pflege der Erneuerungen von der Adobe Creative Cloud. Auf diesen Erfolg sind wir besonders stolz», sagt Strassmann. ■

Entwicklungen aus dem Hause CORE-LAB



Henning Bartens
Geschäftsführer
CORE-LAB GmbH





«Ganz einfach und schnell Übersichts- und Gesamt-PDFs erstellen, das spart Zeit und Lizenzkosten!»

Der zweite Teil unseres Firmennamens trägt die Bezeichnung «LAB», denn wir sind ein Labor für Wege in der Medientechnik. Und die Vorsilbe «CORE» definiert, worum es immer geht: den Kern der Aufgabe zu definieren und Lösungen bereitzustellen. Deshalb entstehen in unseren Kundenprojekten viele Entwicklungen, von denen wir Ihnen hier nun zwei kurz vorstellen wollen.

CORE-LAB-PubOverToPDF – PDF-Übersichten und Seiten als Gesamt-PDF aus der ContentStation

Wir haben als Basis das von WoodWing bereitgestellte Sample-Skript «Print Publication Overview» verwendet und optimiert.

PubOverToPDF ist ein WoodWing-Server-Skript, das für die ContentStation Air in der Publikationsübersicht vier Schaltflächen zur Erzeugung bereitstellt:

-  Alle Seiten als Übersicht
-  Alle Seiten als zusammengefasstes PDF
-  Ausgewählte Seiten als Übersicht
-  Ausgewählte Seiten als zusammengefasstes PDF

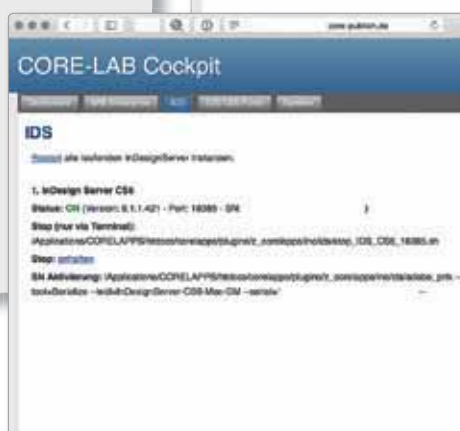
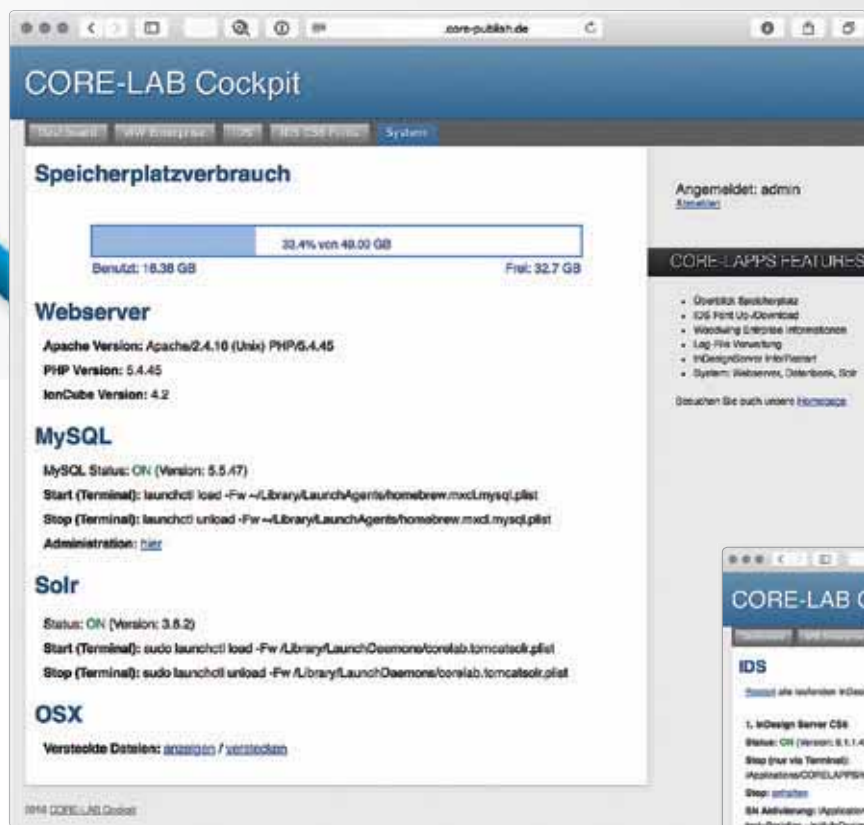
Für die Funktion «Ausgewählte Seiten als zusammengefasstes PDF» werden die PDF-Daten benötigt, die durch die WoodWing-Workflow-Funktion PDF-on-produce durch den InDesign-Client oder einen InDesign-Server beim Einchecken in den jeweiligen Status generiert werden.

Deshalb kann bei dieser Funktion die PDF-Qualität über die WoodWing-Server-Konfiguration durch PDF-Settings definiert werden.

Als Server-Plugin steht die Funktion allen Nutzern von ContentStation Pro, Basic und Free zur Verfügung. So kann jeder Nutzer sich ganz einfach selbst Übersichts- und Gesamt-PDFs der gewünschten Seiten erstellen, ohne die Layouts oder Artikel in InDesign oder InCopy ausschicken zu müssen. Das spart Zeit und Lizenzkosten!



Von der Publikationsübersicht über die Seitenauswahl im Browser bis hin zum zusammengefassten PDF, einfach und schnell!



CORE-LAB-Cockpit – die Steuerzentrale für Ihren WoodWing-Server

Diverse Kunden hosten ihr WoodWing-System über uns bei einem Internet-Service-Provider (ISP). Die Systeme bestehen immer aus einem oder mehreren WoodWing- und InDesign-Servern.

Nicht alle Kunden möchten einen Managed-Service-Vertrag für ihr WoodWing-Produktionssystem abschliessen. Damit sie nun ihr Server-System selbst einfach managen können und zum Beispiel bei Bedarf Schriften auf dem InDesign-Server installieren und deinstallieren können, haben wir das CORE-LAB-Cockpit entwickelt.

Das CORE-LAB-Cockpit ist ein CMS, das wir auf die Server-Instanz des WoodWing-Servers mit installieren. Folgende Funktionen werden nach dem Login bereitgestellt:

- 1 Statusbalken mit Speicherplatzverbrauch-Systeminformationen: Webserver, MySQL, Solr, OSX
- 2 Links zu WW-Enterprise-Server, ContentStation Web, WWSetting.xml-Eintrag
- 3 Funktion Debugging an- und ausschalten, Log-Verzeichnis mit Download- und Leeren-Funktion
- 4 Download der passenden Client-Plug-ins und Adobe RapidReleases-Funktion
- 5 InDesign-Server an- und ausschalten mit Terminal-Befehlen und Seriennummer
- 6 Fonts-Up- und Download für den InDesign-Server

„Das CORE-LAB-Cockpit ermöglicht das Managen des WoodWing Systems auf einfache Weise.“



Up- und Download der Fonts für den InDesign-Server

Das CORE-LAB-Cockpit ermöglicht mit diesen Funktionen das Managen des WoodWing-Systems auf einfache Weise ohne tiefer gehende Kenntnisse. Ein Blick und es ist klar, wie viel Speicherplatz noch vorhanden ist und ob mal wieder der Papierkorb entleert werden sollte.

Und im laufenden Gestaltungsprozess kommt doch hin und wieder eine neue Schrift hinzu. Kurz eingeloggt und die Schrift hochgeladen, kann der InDesign-Server wieder alle Vorschauen mit den benötigten Fonts generieren; kein Support, keine Supportkosten! ■

So haben Architekten ihre IT nebenbei im Griff

Fachspezifische Software und Arbeitsstationen mit hoher Grafikleistung. Architekturbüros brauchen beides für ihre tägliche Arbeit und setzen dafür oft auf Hardware von Apple. Die Betreuung der Infrastruktur wird allerdings meist von Mitarbeitenden übernommen. IT-Aufgaben sollten also nicht zu viel Zeit in Anspruch nehmen. Wie dies das Architekturbüro Germann & Achermann AG löst, erklärt die interne IT-Verantwortliche, die Hochbauzeichnerin Kathrin Bürli, in einem Interview.



Kathrin Bürli
Hochbauzeichnerin bei
Germann & Achermann AG

Die Germann & Achermann AG (G&A) ist ein universales Architekturbüro, das sich mit der Planung und der Ausführung von Bauten befasst und international agiert. So besteht beispielsweise eine enge Partnerschaft mit Quelque-Chose Architects in Armenien. G&A ihrerseits hat den Sitz in Altdorf, Uri, und zählt rund 25 Mitarbeitende vorwiegend mit höherer Ausbildung im Bereich Architektur und Bauwesen. Zur Belegschaft gehört auch Kathrin Bürli. Neben der Erledigung ihrer Hauptaufgaben betreut sie die IT-Umgebung des Architekturbüros.

Wie sieht Ihr Arbeitsalltag aus?

Mein Alltag besteht vornehmlich aus der klassischen Arbeit einer Hochbauzeichnerin, wie beispielsweise dem Zeichnen von Plänen für verschiedene Projekte. Heutzutage machen wir unsere Arbeit hauptsächlich am Computer, zwischendurch gehören Messungen oder Baustellenkontrollen vor Ort dazu.

Informatik gehört also nicht zu Ihren Aufgaben?

Jein. Ich habe zusätzlich die Betreuung unserer IT-Umgebung übernommen. Dies vor allem, weil es mich interessiert. Aber es ist nicht mein eigentlicher Job und darf somit auch nicht zu viel Zeit in Anspruch nehmen.

Was für Informatikarbeiten führen Sie denn aus?

Ich bin für unsere Infrastruktur verantwortlich. Zusammen mit der Geschäftsleitung plane ich die jährlichen

Ausgaben für Neuanschaffungen oder Erweiterungen unserer IT-Umgebung. Dazu gehören auch die Planung und die Ausführung von grösseren Updates unserer System- und Anwendersoftware. Im Alltag helfe ich allerdings einfach meist meinen Kolleginnen und Kollegen beim Lösen kleinerer Probleme, die beim Arbeiten mit Computern so anfallen.

Hat sich Ihre Arbeit als IT-Verantwortliche bei G&A mit der Zeit verändert?

Ehrlich gesagt, ja, gerade diesen Januar. Wir arbeiten ja mit 27"-iMacs und dem aktuellen Apple-Betriebssystem OS X 10.11 «El Capitan». Unsere wichtigsten Programme sind die Zeichnungssoftware ArchiCAD 19 sowie die Bauadministrationssoftware DELTA-project. Auch die Grundprogramme von Microsoft Office 2016 und Adobe werden rege gebraucht. Zu Beginn dieses Jahres hat mich A&F nun auf ihre kostengünstige Deploy- und Management-Lösung aufmerksam gemacht. Das Konzept überzeugte uns und der angestrebte Mehrwert war verlockend. Bei der geplanten Umstellung liessen wir dann die voll-automatisierte Managementlösung namens Munki installieren und konfigurieren. Dieser Schritt hat meine Arbeit sehr erleichtert.

Inwiefern merken Sie Veränderungen?

Bis zur Installation von Munki musste ich einen neuen Arbeitsplatz komplett manuell aufsetzen und anfallende Updates bei jeder Station einzeln ausführen. Dazu hatte ich stets meine Kolleginnen und Kollegen zu beheimlichen, ihren Arbeitsplatz freizugeben. Mit Munki kann ich sämtliche System- und Anwendersoftware, die entsprechenden Updates sowie benutzerspezifische Konfigurationen (Druckertreiber und -einstellungen, Schriften etc.) zentral verwalten und verteilen. Ich spare dadurch enorm viel Zeit und das Ganze ist um einiges bequemer, vor allem auch bei neuen Versionen unserer Fachsoftware.



Warum zeigt sich denn der Unterschied bei dieser Fachlösung im Besonderen?

Als Architekturbüro arbeiten wir vornehmlich mit ArchiCAD, einer speziell auf unsere Bedürfnisse zugeschnittenen und dadurch auch umfangreichen Lösung. Das Einspielen von Updates dieser Software

«Mit Munki kann ich nun sämtliche System- und Anwendersoftware, die entsprechenden Updates sowie benutzerspezifische Konfigurationen zentral verwalten und verteilen.»

zeigte sich jeweils ziemlich kompliziert und zeitaufwendig. Ich musste mich jeweils an jeder Arbeitsstation als Admin-Benutzer anmelden, die benötigten Installationsdateien herunterladen und einspielen, jeden Installationsschritt durchklicken und warten, bis ich die Installation abschliessen konnte. Neu kann A&F für mich via Fernzugriff ein benötigtes Update-Paket für Munki vorbereiten und bei uns auf dem Server ein-

pflegen. Ich kann das automatisch erscheinende Update dann mit wenigen Klicks allen Arbeitsstationen zuweisen und vollautomatisch installieren lassen.

Munki überzeugt Sie also?

Und wie. Die durch Munki herbeigeführte Automatisierung brachte einige Vorteile und Verbesserungen. Früher wurden aufgrund des erheblichen Zeit- und Kostenaufwandes weniger Updates eingespielt. Sogar das Betriebssystem wurde nur einmal im Jahr aktualisiert. Heute benötige ich nur noch für grössere Versionssprünge Unterstützung von A&F. Die meisten Standard-Updates, wie Firefox, Adobe FlashPlayer und Reader, Microsoft Office etc., kann ich komplett selbstständig durchführen. Unsere Betriebssysteme und Programme sind so stets auf dem aktuellsten Stand und entsprechen auch den empfohlenen Sicherheitsrichtlinien. Vor allem aber muss ich durch Munki meine Kolleginnen und Kollegen nicht mehr belästigen. Alles läuft bequem im Hintergrund. Ein absolutes Highlight! ■

Technischer Beschrieb der G&A-ICT-Umgebung

Die Germann & Achermann AG, www.gerach.ch, hat eine redundante und ausfallsichere Server-Umgebung mittels mehrerer Mac Pro. Neben einem File-Server ist eine zentralisierte Deploy- und Managementlösung für die Verwaltung der 25 Macintosh-Arbeitsstationen (27"-iMac mit 16 GB RAM und performantem Flash-Speicher), ein DELTAproject-Datenbank-Server, ein ArchiCAD-BIM-Server für gemeinsames Arbeiten an einem ArchiCAD-Projekt und eine Druckjob-Abrechnungslösung (PaperCut) im Einsatz. Ein vollautomatisches Backup-Konzept ermöglicht die interne Synchronisation zwischen Haupt- und Ausfallserver. Somit kann bei einem Hardwaredefekt innert Kürze auf das Ersatzsys-

tem umgestellt und der weitere Betrieb sichergestellt werden. Zusätzlich werden die Systeme startfähig und die Daten mittels Versionierung extern gesichert. Dank dem Monitoring-Dienst von A&F ist die gesamte Server- und Backup-Umgebung ständig überwacht, und bei einem Ereignis wird A&F umgehend benachrichtigt.

Die wesentlichen Applikationen: OS X 10.11 «El Capitan», Server App, CarbonCopyCloner, Munki inkl. eines eigenen Software-Kiosks und Reporting, DELTAproject, PaperCut, ArchiCAD 19 inkl. BIM-Server und Microsoft Office 2016.

Modernes Backup in der Urschweiz



Thomas Rauber
Leiter Technik und Medienproduktion
Bote der Urschweiz AG

DRUCKEREI
TRINER AG **Bote** 

Zwei Firmen, ein Gebäude und eine IT-Infrastruktur: Bei der Akzidenzdruckerei Triner AG und dem «Boten der Urschweiz», der Tageszeitung des Kantons Schwyz, wurde Anfang Jahr ein neues Backup-Konzept namens Veeam Backup und Replication integriert.

Wie bei vielen Medienunternehmen wurde bei der Druckerei Triner AG und dem «Boten der Urschweiz» vor einigen Jahren die ganze Server-Infrastruktur virtualisiert. Mittlerweile stehen fast 40 Systeme mit einem aktuellen Datenvolumen von 12 Terabyte täglich im Einsatz. Sämtliche Betriebssysteme (Windows, Linux und Solaris x86 mit Helios Fileserver) sowie das WoodWing-Redaktionssystem für den «Boten der Urschweiz» laufen in virtuellen Umgebungen. Dazu wird mittels redundanter VMware-Systeme (Cluster) für einen möglichen Hardware-Ausfall vorgesorgt.

«Virtualisierung der IT-Systeme ist, ausser Frage, nicht mehr wegzudenken. Jedes einzelne System zu sichern, war bis anhin äusserst aufwendig. Durch die Integration von Veeam mit VMware ist das kein Problem mehr und sehr effizient.»

Die tägliche Sicherung sämtlicher virtueller Systeme und Daten wurde aufgrund des exponentiell wachsenden Volumens zu einer immer grösseren Herausforderung. Anfangs sicherten die beiden Unternehmen nämlich sämtliche Systeme noch nach herkömmlicher Art mit klassischem Backup-to-Tape auf LTO-Bänder. Dafür waren darüber hinaus drei verschiedene Backup-Systeme im Einsatz. Eine umfängliche Sicherung dauerte von Mal zu Mal länger und die Handhabung wurde immer aufwendiger.

Die Druckerei Triner und der «Bote der Urschweiz» benötigten eine neue schnelle und innovative Backup-Lösung. Die Entscheidung fiel auf Veeam Backup und Replication. Dadurch erfolgt die Sicherung nicht mehr

über das Netzwerk auf Bänder, sondern die Daten und Systeme werden direkt vom Hauptspeicher über Fibre Channel auf ein neues schnelles Raid-System (Backup Repository) geschrieben. Alleine durch diesen Umstand konnte die Vollsicherung sämtlicher Systeme um ein Vielfaches beschleunigt werden. Des Weiteren steht nur noch eine Lösung im Einsatz, wodurch sich die Verwaltung deutlich einfacher gestaltet.

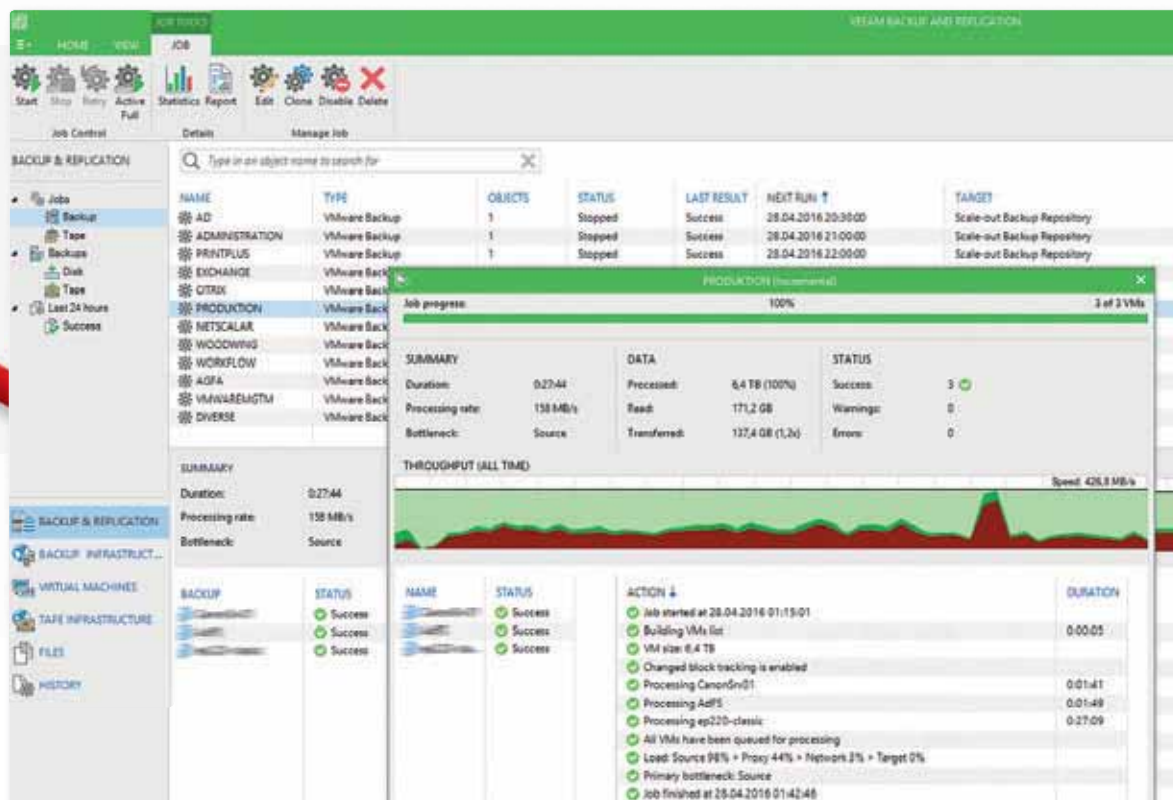
Thomas Rauber, Leiter Technik und Medienproduktion bei den beiden Unternehmen, war für das Projekt «Neue Backup-Lösung» zuständig. Die Situation, aus der sich eine neue Lösung aufdrängte, umschreibt er treffend: «Virtualisierung der IT-Systeme ist, ausser Frage, nicht mehr wegzudenken. Jedes einzelne System zu sichern, war bis anhin äusserst aufwendig. Durch die Integration von Veeam mit VMware ist das kein Problem mehr und sehr effizient.»

In einem kurzen Interview berichtet Rauber über seine Erfahrungen mit Veeam Backup und Replication.

Herr Rauber, was sind die relevanten Unterschiede zum vorherigen Backup-System?

Sicherlich die Dauer respektive die Backup-Zeiten – diese sind absolut kein Vergleich zu vorher. Man muss sich bewusst sein: Vorher benötigte eine Vollsicherung der kompletten Systeme das ganze Wochenende. Heute wird um ein Vielfaches schneller gesichert. Denn das Backup-to-Disk erfolgt schnell und direkt über Fibre Channel vom Hauptspeicher und damit auch nicht mehr über das Netzwerk.

Dazu sichern wir heute komplette Systeme inklusive Betriebssystem und nicht mehr nur einzelne Files – eine weitere wesentliche Verbesserung. Sollte mal ein defektes System vom Backup zurückgelesen werden,



Backup Management in Veeam Enterprise

muss dafür nicht mehr zuerst ein neues aufgesetzt werden. Dies erhöht die Produktionssicherheit enorm.

Mussten Sie denn schon mal ein System komplett neu aufsetzen?

Komplett neu zum Glück noch nicht. Natürlich mussten wir schon mehrmals Daten vom Backup wiederherstellen. Von Trojanern, Viren oder Crypto-Blockern blieben wir bis heute glücklicherweise verschont.

Das bedeutet aber nicht, dass man sich keine Gedanken darüber macht. Im Gegenteil, man will vorsorgen. Die Anforderungen an die Verfügbarkeit der Systeme steigen stetig, ein längerer Ausfall ist heute geschäftskritisch – gerade wenn man, wie wir, eine Tageszeitung produziert.

Sie verweisen auf die Verfügbarkeit. Wie schnell muss denn ein System bei einem Ausfall wieder zur Verfügung stehen?

Laut Herstellermarketing wäre mit unserer neuen Veeam-Lösung in 15 Minuten alles wieder betriebsbereit. Aber es ist gar nicht so entscheidend, ob es 15 oder 30 Minuten dauert. Die Möglichkeit, ein virtuelles System direkt vom Veeam-Backup-Server zu starten (Instant Recovery) und danach wirklich wieder schnell zur Verfügung zu stellen, ist wesentlich und war mit dem herkömmlichen Backup gar nicht möglich.

Die Bänder früher stellten sicher, dass auch ausser Haus ein Backup zur Verfügung stand. Wie ist das heute gelöst?

Wir verzichten nicht komplett auf die Bänder. Unsere bestehende Bandlibrary wurde in das neue Konzept

integriert. Nach der Sicherung auf das Backup Repository werden die Daten tagsüber auf Bänder gesichert, ohne dabei das Netzwerk zu belasten. Somit haben wir, wie gehabt, eine komplette Vollsicherung ausser Haus für das Worst-Case-Szenario, das hoffentlich nie eintritt.

«Vorher benötigte eine Vollsicherung der kompletten Systeme das ganze Wochenende. Das läuft heute um ein Vielfaches schneller.»

War Backup-to-Cloud keine Alternative?

Das primäre Backup haben wir ja vor Ort. Unsere Datenmenge von mehreren Terabyte ist für ein Backup ins Rechenzentrum aktuell noch zu teuer. Mit der zweiten Sicherung auf Bänder fahren wir noch günstiger. Aber es ist aus meiner Sicht nur noch eine Frage der Zeit, bis sich das ändert. Unsere heutige Lösung verfügt über einige Optionen für eine Änderung, einen Ausbau. Ob wir dann in die Cloud oder an einem zweiten Standort sichern, lasse ich hier offen.

Wie lief die Integration ab?

Sehr einfach. Der neue Backup-Server und das Raid-system waren schnell integriert. Danach müssen Sie ja nicht auf jedem Server einen Agent installieren. Veeam kommuniziert direkt mit VMware, und man kann sofort Daten sichern. Die Software ist einfach zu bedienen und man hat einen komfortablen Restore Wizard, sollte man Daten wiederherstellen müssen. Wir konnten unsere Aufwände im Gegensatz zur alten Lösung klar reduzieren. ■

Neue Produkte – EMC überzeugt erneut



Anfang 2016 hat EMC die Plattform «vxRail» hyper converged eingeführt und im Zuge der EMC World im Mai dieses Jahres ihre neue Unity-Raid-Plattform mit erneuerter Architektur vorgestellt. Beide Produkte beweisen die Innovationskraft des weltgrössten Storage-Herstellers.

EMC, unser Partner im Storage-Umfeld, hat in den letzten Monaten interessante Produkte vorgestellt. Mit zukunftsweisenden Lösungen überzeugt EMC erneut und unterstreicht die eigene Führungsrolle im Markt.

Unity All Flash und Hybrid

Die EMC-Unity-Familie ist eine komplett neue, moderne und flexible Storage-Reihe. Sie wurde gezielt für den Einsatz im «Midrange»-Kundensegment konzipiert. Als Basis fungiert ein SUSE-Linux-Betriebssystem, welches ab Werk sowohl Block- wie auch File-Services ohne Aufpreis anbietet. Unity wird anstelle der heute bekannten VNX-Reihe treten und diese schrittweise ersetzen – es ist keine VNX3-Reihe bzw. kein Nachfolger der jetzigen VNX-Architektur geplant.

Die Systeme sind als All Flash oder Hybrid (Flash- und Disk-Speicher-Anteil) erhältlich. Beide Optionen kommen mit der für den Betrieb des Systems benötigten Software inklusive optional einzusetzender Zusatzfunktionen komplett mit dem Raid gebündelt daher. Bis auf wenige Ausnahmen fallen somit keine Zusatzkosten für erweiterte Funktionalitäten an. Hier zeigt sich der massive Strategiewechsel gegenüber vorherigen Raid-Generationen. Bei früheren Generationen waren Softwarepakete und Zusätze nämlich jeweils getrennt zu lizenzieren und zu bezahlen.

Des Weiteren setzt EMC mit Unity auf günstigere Flash-Technologien (eMLC/3D Nand TLC). Dies vornehmlich, um den Einstieg in diese State-of-the-Art-Technologie kosteneffektiver gestalten zu können. Also anders als bei der bestehenden VNX2-Reihe, wo die teureren SLC/MLC-Technologien zum Einsatz kommen. Flash kann dabei sowohl zur Cache-Erweiterung des Systems («Fast Cache») als auch für Storage Pools, wo hohe Performance gefragt ist, eingesetzt werden (Fast VP). Nebst Flash stehen bei Hybridssystemen weiterhin SAS- und NL-SAS-Disk-Optionen bereit. So können massgeschneiderte Sizings für die mannigfaltigen Ansprüche der heutigen IT-Welt bereitgestellt werden (Hybrid-Konfigurationen können mit bis zu 50% der Gesamtkapazität in Flash-

Form bestückt werden). Die Unity-All-Flash-Systeme wiederum setzen, wie es der Name sagt, auf komplette Flash-Bestückung. Dies soll gemäss EMC und anderen Herstellern in einigen Jahren die Normalität im Storage-Umfeld darstellen.

Die Unity-Storage-Systeme sind je in vier Abstufungen als All-Flash- oder Hybrid-Modelle, also in acht Ausführungen, erhältlich. Wie bei EMC üblich, sind die Systeme komplett redundant ausgelegt (kein «single point of failure») und können mit verschiedenen Service/Bereitschaftsleveln bezogen werden.

vxRail Hyper Converged

Nebst den neuen Storage-Systemen hat EMC auch neue Hardware im Hyper-Converged-Bereich vorgestellt – also Systeme, welche Server/CPU-Power und Storage in einem Gehäuse möglichst effizient und einfach vereinen. Auch diese Systeme sind sowohl mit All-Flash-Bestückung wie auch in einer Hybrid-Konfiguration erhältlich. Es sind jeweils vier verschiedene Grundkonfigurationen verfügbar, welche je über vier Nodes, sprich Server, und einen gemeinsamen Storage-Bereich verfügen. Es können dabei bis zu 16 vxRail Appliances zu einem 64-Node-Cluster zusammengeschlossen werden.

vxRail Appliances können (optional inklusive VMware-Lizenzen Enterprise+) zu vergleichsweise attraktiven Konditionen bezogen werden. Auch diese sind redundant ausgelegt und mit den verschiedenen Serviceoptionen erhältlich. Die Appliances bieten sich besonders im VDI-Umfeld («Virtual Desktop-Infrastructure») als perfekte und leicht skalierbare Lösung an. Sie können aber auch im klassischen Virtualisierungsumfeld eingesetzt werden.

EMC hat mit den neuen Systemen ein weiteres Mal ihre Vorreiterrolle im Storage-Bereich bewiesen, ja sogar ausgebaut. ■

Weitere Informationen erhalten Sie bei:

Ralph Schuler | rschuler@a-f.ch



Technische Daten UNITY und VXRAIL

Unity Hybrid/All Flash	UNITY 300/F	UNITY 400/F	UNITY 500/F	UNITY 600/F
Min/Max Drives	5/150	5/250	5/500	5/1000
RAID Options	0/1, 5, 6			
CPU per Array (active/active Raid Controllers)	2 x Intel 6-core, 1.6GHz	2 x Intel 8-core, 2.4GHz	2 x Intel 10-core, 2.6GHz	2x Intel 12-core, 2.5GHz
Memory per Array	48GB	96GB	128GB	256GB
Max FC Ports per Array	20			
Max 1 GbaseT/iSCSI Ports per Array	16			
Max 10 GbE/iSCSI Ports per Array	24			
Max front end Total Ports per Array (all types)	24			
Max Raw Capacity	1.5PBs	2.5PBs	3.5PBs	5.0PBs
Interface Protocols	NFSv3, NFSv4, NFSv4.1; CIFS (SMB 1), SMB 2 and SMB 3; FTP and SFTP; FC (up to 16GB), iSCSI included			
Included Software	Management (Unisphere, Thin Provisioning, QoS for Block), Unified Protocols (File, Block, Vvols), Local Protection (Snapshots, Antivirus, opt. Controller based Encryption, Remote Protection (Recover Point Basic, Recoverpoint for VMs, Synchronous Block Replication and Asynchronous Block & File Replication), FAST Cache/VP (only Unity Hybrid conf.)			
Unity Hybrid 12Gb SAS Disk Options	2.5" : 600GB 10/15k, 1.2TB 10k, 1.8TB 10k / 3.5" (NL-SAS): 2TB 7.2k, 4TB 7.2k, 6TB 7.2k			
Unity 12Gb SAS SSD Options (some only available for Hybrid/ All Flash config.)	eMLC : 200GB, 400GB, 800GB, 1.6TB, 3.2TB TLC: 400GB, 800GB, 1.6TB			
DAE / Base-Options	25 Slot 2.5" or 12 (Base) / 15 Slot 3.5" (all 2U)			

vxRail Hybrid	VXRAIL 60	VXRAIL 120	VXRAIL 160	VXRAIL 200
Processor Cores (per node)	6	12	16	20
Processor (per node)	1 Intel Xeon Processor E5-2603 v3 1.6GHz	2 Intel Xeon Processor E5-2620 v3 2.4GHz	2 Intel Xeon Processor E5-2630 v3 2.4GHz	2 Intel Xeon Processor E5-2660 v3 2.6GHz
Memory/RAM (per node)	64GB (4x16GB)	128GB (8x16GB) or 192GB (12x16GB) or 256GB (16x16GB)	256GB (16x16GB) or 512GB (16x32 GB)	256GB (16x16GB) or 512GB (16x32 GB)
Caching SSD (per node)	200GB	400GB or 800GB	400GB or 800GB	400GB or 800GB
Storage RAW (per node)	3.6-10TB	3.6-10TB	4.8-10TB	4.8-10TB
Network connection	4 x 1GbE RJ45	2 x 10GbE SFP+ or 2 x RJ45 ports	2 x 10GbE SFP+ or 2 x RJ45 ports	2 x 10GbE SFP+ or 2 x RJ45 ports

vxRail All Flash*	VXRAIL 120F	VXRAIL 160F	VXRAIL 200F	VXRAIL 240F
Processor Cores (per node)	12	16	20	24
Processor (per node)	2 Intel Xeon Processor E5-2620 v3 2.4GHz	2 Intel Xeon Processor E5-2630 v3 2.4GHz	2 Intel Xeon Processor E5-2660 v3 2.6GHz	2 Intel Xeon Processor E5-2680 v3 2.5GHz
Memory/RAM (per node)	256GB (16x16GB)	256GB (16x16GB) or 512GB (16x32 GB)	256GB (16x16GB) or 512GB (16x32 GB)	256GB (16x16GB) or 512GB (16x32 GB)
Caching SSD (per node)	400GB or 800GB			
Storage RAW (per node)	7.6-19TB			
Network connection	2 x 10GbE SFP+ or 2 x RJ45 ports			

*vxRail 280F (28 Cores per node) nicht aufgeführt

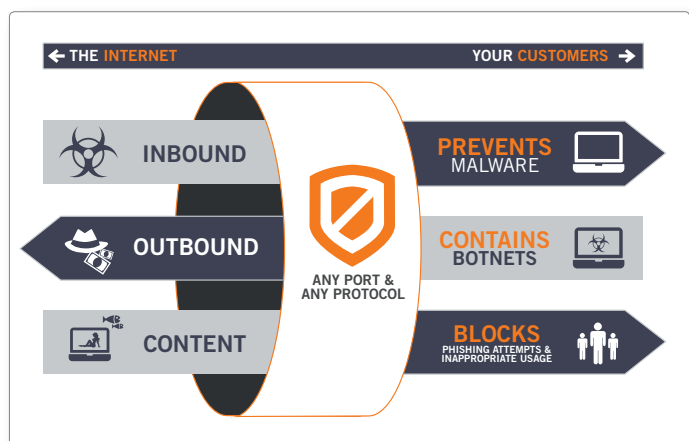
Schutz aus der Cloud gegen Angriffe aus dem Netz

Spätestens seit den zahlreichen Schlagzeilen rund um Verschlüsselungstrojaner ist das Thema Web-Security in aller Munde. Unternehmen aller Branchen stehen vor der Herausforderung, wirkungsvolle und gleichzeitig finanzierbare Schutzmechanismen gegen die neuen Bedrohungen zu integrieren. Cisco OpenDNS will mit seiner Cloud-Security-Lösung genau das anbieten.

Angriffe aus dem World Wide Web auf interne Systeme werden immer dynamischer und ausgereifter und beschränken sich nicht mehr auf einzelne, ausgewählte Ziele. Der Grund: Die Cyberkriminalität ist zu einem regelrechten Business herangewachsen. Längst sind es nicht mehr nur wenige Hacker mit grossem Know-how, die bewusst auf Grossunternehmen zielen. Der heutige Angreifer braucht kein detailliertes Wissen mehr. Mit wenigen hundert Franken in der Tasche kann er sich im Darknet ein Tool erwerben, mit dem er sich beliebig seine eigene Schadsoftware basteln und diese willkürlich mit wenigen Klicks grossflächig verbreiten kann. Dadurch häufen sich die Infektionsfälle bei mittleren und kleinen Betrieben.

unbemerkt, Verbindungen zu sogenannten «Command & Control»-Servern (C&Cs) auf. Über diese C&Cs kontrollieren Angreifer die Geräte und missbrauchen sie für ihre Zwecke.

Um Geräte mit diesen Exploit-Kits zu infizieren, nutzen Angreifer verschiedene Methoden. Der Klassiker sind sogenannte Phishingmails. Über täuschend echte und womöglich noch mit einem legitimen Absender versehene Mails wird der Empfänger auf eine manipulierte Webseite gelockt. Eine weitere beliebte Methode ist das Verbreiten von Malware über Werbeeinblendungen, in Fachkreisen «Malvertising» genannt. Die perfideste Art ist wohl der Drive-by-Download: Hier reicht der blosse Aufruf einer (legitimen) Webseite im Browser, um die Schadsoftware einzufangen.



Unabhängig von Netzwerk-Ports und Protokollen legt sich OpenDNS wie ein Schutzmantel um alle Internetverbindungen und wehrt verlässlich Schadsoftware und ungewollte Webinhalte ab.

Moderne Angriffsmethoden laufen dabei immer sehr ähnlich ab. Grundstein für eine erfolgreiche Infektion ist ein sogenanntes Exploit-Kit. Dieses nutzt vorhandene Sicherheitslücken in Betriebssystemen oder Anwendungen aus, um sich auf dem Zielsystem einzunisten. Sind Komponenten oder Systeme erfolgreich befallen, baut die Schadsoftware, vom Benutzer

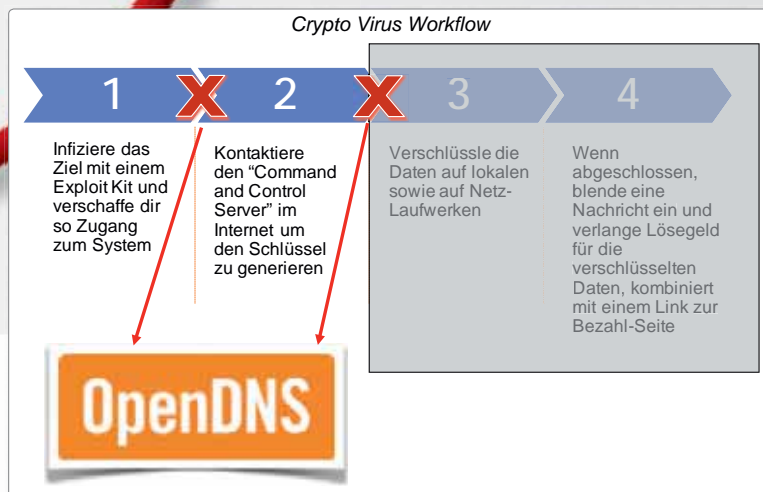
Herkömmliche Abwehrmechanismen greifen nicht

Spamfilter und Antivirensoftware sollten bei Angriffen reagieren. Doch sie hinken den sich rasant ändernden Schadsoftwaretypen hinterher und greifen so oft nicht mehr zuverlässig. Erschwerend kommt hinzu, dass moderne Angriffe immer mehr über verschlüsselte Kommunikationswege laufen, die sich nur schwer von legitimen Datenverkehr unterscheiden lassen. Sogenannte Next-Generation-Firewalls wären zwar in der Lage, die Datenströme zu differenzieren, doch die Implementation solcher Firewalls ist mit so grossen Kosten- und Ressourcenaufwänden verbunden, dass entsprechende Projekte meist unrealistisch bleiben.

Neue Abwehrmethoden sind gesucht

Gefragt ist eine schnell und einfach integrierbare Lösung gegen moderne Schadsoftware. Sie sollte zuverlässig, unauffällig und ohne Performance-Einschränkung arbeiten und vor allem das Budget nicht übermässig strapazieren: Genau das verspricht Cisco OpenDNS mit seiner Cloud-Security-Lösung. Und dies ganz ohne zusätzliche Hard- oder Software.

Crypto Virus Workflow



Um Infektionen wirkungsvoll zu verhindern, muss der Workflow einer Schadsoftware ganz am Anfang unterbunden werden. Genau hier setzt OpenDNS an. Die Lösung verhindert einen Malware-Befall noch bevor eine Verbindung zum Zielsystem aufgebaut wird.

Das Übel an der Wurzel packen

OpenDNS setzt, wie es der Name schon sagt, auf die Kontrolle und Analyse von DNS-Abfragen, welche das Unternehmensnetzwerk verlassen. Heisst, sobald eine Verbindung zu einer Website aufgebaut werden soll, werden diese DNS-Abfragen an Server von OpenDNS geschickt und dort analysiert (siehe dazu Ausführungen in der Box). Verdächtige Abfragen werden abgefangen und der User bekommt anstelle der ursprünglich aufgerufenen Webseite einen Warnhinweis.

Firmenspezifische Regelwerke erlauben individuelle Anpassungen des Schutzgrades. Der Integrator erstellt in einem zentralen Dashboard auf den Kunden und auf einzelne Situationen abgestimmte Schutzprofile und Regelwerke, welche die Anfragen aus dem Unternehmen ins World Wide Web steuern.

Das Anlegen solcher Schutzprofile geht unkompliziert und schnell von der Hand. Innert Kürze ist ein Netzwerk vor Angriffen aus dem Internet geschützt.

OpenDNS kann auch als Web-Filter fungieren: Dem Administrator stehen rund 60 Kategorien zur Verfüg-

ung, um gewisse Aufrufe zu blocken. Der Zugriff auf Seiten mit anstössigem oder verwerflichem Inhalt kann so simpel gesperrt werden. Daneben kann der Administrator Log-Daten einsehen, sich automatisierte Reports zustellen lassen und White- und Blacklists erstellen. Letzteres verhindert mitunter, dass business-kritische Webseiten irrtümlicherweise nicht mehr aufrufbar sind.

Simple, kostengünstig, ressourcenschonend und vielfältig implementierbar

OpenDNS lässt sich schnell und einfach in bestehende Netzwerkinfrastrukturen integrieren. Es sind nur geringfügige Änderungen am bestehenden System notwendig. Dazu bietet die Lösung vielfältige Umsetzungsvarianten. Diese unterscheiden sich in erster Linie im Schutzgrad und in den Filtermöglichkeiten. So lassen es gewisse Varianten gar zu, einzelne geräte- und/oder userspezifische Regeln und entsprechende Log-Auswertungen zu erstellen. Welche Variante sich am besten anbietet, ist abhängig von der Umgebung und den Anforderungen an den Schutzgrad. ■

Tech-Box: die Details zu OpenDNS

DNS steht für Domain Name System: Dieses Netzwerkprotokoll sorgt dafür, dass Domainnamen in IP-Adressen übersetzt werden, die für den Verbindungsaufbau vom Client zum Webserver benötigt werden. Da DNS-Abfragen am Anfang einer neuen Verbindung stehen, eignen sie sich bestens, um den Datenverkehr zu kontrollieren und bei Verdacht sofort einzuschreiten, bevor ein eigentlicher Verbindungsaufbau zum Zielsystem aufgebaut wurde. Dadurch entfällt das aufwendige Aufbrechen von verschlüsselten Datenströmen und bietet so einen einfachen und schnellen Weg, Transparenz zu schaffen und ungewollte Internetverbindungen zu unterbinden. Für die entsprechenden Kontrollmechanismen stellt OpenDNS

eine weltweite, hochverfügbare und performante Infrastruktur zur Verfügung – unter anderem an neun Standorten in Europa. Mithilfe von BigData-Analysen und hoch entwickelten Algorithmen schafft es OpenDNS, neue Bedrohungen im World Wide Web schnell zu identifizieren und davor zu schützen. Aktuell nutzen weltweit rund 65 Millionen Anwender die Dienste von OpenDNS (darunter über 10'000 Unternehmen), und gemäss Herstellerangaben werden aktuell bereits 2% aller weltweiten DNS-Abfragen an OpenDNS geschickt, Tendenz stark steigend.

Für genauere Auskünfte kontaktieren Sie unseren Netzwerk- und Security-Experten Lukas Moos, Imoos@a-f.ch.

Das Netzwerk ist das Fundament einer Infrastruktur



«Dranbleiben ist ein Muss, es gibt keinen Stillstand.»

Andreas Sutter,
System Engineer Network & Security

Andi Sutter, in wenigen Sätzen, wer sind Sie?

Ich bin auf einem Bauernhof in Zeglingen BL als jüngstes von fünf Kindern aufgewachsen. Seit 16 Jahren bin ich glücklich mit Carol verheiratet und wir leben zusammen mit unseren Kindern Tom und Anna in Rütenberg BL. In meiner Freizeit mache ich Sport oder verbringe Zeit im Garten. Gerne geniesse ich auch ein gutes Stück Fleisch oder ein Glas Wein.

Wie sieht Ihr beruflicher Werdegang aus?

Nach der Sekundarschule habe ich eine Lehre als Elektromechaniker absolviert. Es folgten Weiterbildungen im Elektronikbereich und schliesslich der Einstieg in den Bereich Apple Macintosh bei A&F. 1998 schufen einige Arbeitskollegen und ich zusammen den eigenen Technik-Teilbereich Netzwerk und Security. So fahre ich seit nunmehr 23 Jahren, genau seit dem 1. Mai 1993, täglich nach Sursee.

Das gleicht einer halben Ewigkeit. Was hielt und hält Sie so lange bei A&F?

Es klingt kitschig, aber A&F ist ein toller Arbeitgeber. Kein Tag gleicht dem andern und es wird nie langweilig. Wir haben eine hohe Selbstverantwortung. Mit guten Ideen können wir die Arbeit und das Produktportfolio mitprägen. Diese Möglichkeit, ein sehr gutes Klima im Netzwerk-und-Security-Team sowie der spannende Arbeitsinhalt hielten und halten mich hier.

Was macht Ihre Arbeit denn so spannend?

Es fängt bei der Jobdefinition an: Ich bin zuständig für die Beratung von Kunden – telefonisch und/oder vor Ort –, für die Konzeption, Planung, Umsetzung und Installation von internen wie externen Projekten, unterstütze den Verkauf, behandle Fälle, übernehme 1st

und 2nd Level Support, leite das Netzwerk-und-Security-Team und evaluiere neue Lösungen. Mein Arbeitsfeld ist folglich umfassend und vielfältig. Das ist nicht alltäglich, oft ist man nur für einen Teilbereich verantwortlich. Ich hingegen erledige Aufgaben von A bis Z.

Klingt fast zu schön, um wahr zu sein. Zeigen sich keine Nachteile?

Doch, natürlich. Jede Medaille hat auch eine Kehrseite. All das, was meinen Job so spannend macht, macht ihn auch so herausfordernd: Der Bereich Netzwerk und Security wird immer wichtiger und wertvoller. Fast täglich müssen wir neue Hürden meistern. Mein Aufgabenbereich verändert sich stetig. Dranbleiben ist ein Muss, es gibt keinen Stillstand.

Was konkret machen Sie in den einzelnen Teilbereichen?

Zum Beispiel verantworte ich den Neuaufbau, den Ausbau oder die Erneuerung einer Netzwerkinfrastruktur in den Bereichen Switching, Firewall, Wireless, VPN, Sicherheit usw. Oder ich baue zusammen mit meinem Team eine IaaS-Umgebung im Bereich Netzwerk und Security in unserer Community Cloud im Rechenzentrum Green in Lupfig auf und betreue sie.

Welche Angebote oder Dienstleistungen in Ihrem Bereich zeichnen A&F Ihrer Meinung nach aus?

Zum einen sind es die Produkte, die wir einsetzen. Mit Cisco können wir auf jegliche Ansprüche reagieren, da der Hersteller nicht nur Lösungen für den Enterprise Level bereitstellt. Vor allem aber liegt der Vorteil bei A&F darin, dass unsere Kunden eine Gesamtlösung aus einem Hause erhalten. Ob Netzwerk, Security,



Storage, Systeminfrastruktur und Clients oder eine Softwarelösung für Multi-Channel-Publishing, Web-to-Print, Digital-Asset-, Brand-, Product-Information- oder Workflow-Mangement: Alles kommt aus dem gleichen Haus. Wir kennen die Kundeninfrastrukturen, können entsprechend helfen und vor allem können wir Probleme in gemischten Systemumgebungen lösen.

Sie haben Ende der 90er-Jahre in einem kleinen Team den Netzwerkbereich bei A&F aufgebaut. Gibt es etwas, worüber man sich damals den Kopf zerbrach und heute nur noch den Kopf schüttelt?

Bandbreiten von 10 MBit/s; das war schon was. Mit diesen Bandbreiten konnte tatsächlich mal gearbeitet werden. Die Sorgen, welche wir damals mit zu langsamen Netzwerken hatten, erscheinen heute als lächerlich. Bandbreiten von 1 bis 10 GBit/s sind heute Standard und die Grenze nach oben ist noch lange nicht erreicht, gibt es doch schon Standards für 40/100/200 und 400 Gbit/s Ethernet.

«Anywhere, anytime, anyplace. Gerade in Bezug auf Netzwerk und Security wird uns dies besonders beschäftigen.»

Und welchen Herausforderungen sahen Sie sich damals gegenüber?

Der Bereich Security hatte in unseren Anfängen noch nicht den Stellenwert wie heute. Damals war unsere Kundschaft noch nicht so sensibilisiert, was Themen wie Firewall, E-Mail Security etc. anging. Wir mussten viel Energie, Beratung und Pre-Sales-Aktivitäten in diesen Bereich investieren. Die Gefahren des Internets, welches erst in der Startphase war, wurden damals sehr stiefmütterlich behandelt.

Wie hat sich Ihre Arbeit bei A&F im Laufe der Jahre verändert?

Für mich persönlich haben die Kundenbeziehungen sehr an Wert gewonnen und sich bis zu Freundschaften entwickelt. Generell haben die Anforderungen an Verfügbarkeit und Sicherheit zugenommen. Gerade Letztere wird immer komplexer und aufwendiger. Heute arbeiten die diversen Systeme zusammen und müssen gesamthaft proaktiv vor Bedrohungen geschützt werden. Genau da liegt auch die grösste Herausforderung, nämlich den Überblick über die diversen Bedrohungen zu wahren, abzuschätzen, was relevant ist und was nicht. Ich denke da beispielsweise an die ganzen Crypto-Geschichten, welche aktuell ein dominantes Thema sind.

Was kommt Ihrer Meinung nach noch auf uns zu?

Stichwort: anywhere, anytime, anyplace. Gerade in Bezug auf Netzwerk und Security wird uns das besonders beschäftigen. Da man überall arbeiten kann und will, der Arbeitsplatz nicht mehr fix ist, werden die Anforderungen an diese beiden Bereiche steigen. Infrastrukturen müssen bereitgestellt und es muss mehr Wert auf mobile Sicherheit gelegt werden.

Wo sehen Sie die Wichtigkeit Ihres Bereichs im Besonderen? Was gilt es zu beachten?

Das Netzwerk gleicht dem Fundament für ein Haus. Das sollte jedem bewusst sein. Niemand würde sein Haus auf einem Sandboden bauen. Ein solides Fundament, welches langfristig Bestand hat, ist ein Muss. Denn ist das Netzwerk bereits schlecht, kann auch keine zuverlässige, performante und sichere Kommunikation stattfinden. ■

Der VivaDesigner 9 ist offiziell verfügbar



Seit April ist die neue Version des High-End-Satz- und -Layoutprogramms für Desktop und Web aus dem Hause VIVA offiziell verfügbar. Wie bisher erweist sich die 9. Version des VivaDesigners als geeignete Lösung, um die Zusammenarbeit zwischen Endkunden, Unternehmen und deren Mitarbeitern sowie Agenturen, Dienstleistern, Druckereien und Redakteuren zu vereinfachen und zu verbessern. Im VivaDesigner 9 wurde die Geschwindigkeit spürbar erhöht und die Software wartet dazu mit einer Reihe von Verbesserungen und Erweiterungen auf.

Neu in VivaDesigner 9:

- Verbesserte Benutzerführung: Paletten stapeln, minimieren, herausklappen und zu neuen Gruppen zusammenfassen
- Als 32-Bit- und als 64-Bit-Version verfügbar
- Export nach PDF 2.0, PDF/X-4, PDF/X-5
- 30 verschiedene Barcodes ohne eine Zusatzsoftware
- Bilder im PSD- oder PSB-Format importieren und bearbeiten
- Verbessertes EPS-Handling
- Neue Effekte wie «Schatten nach innen», «Farbüberlagerung» oder «Reflexionseffekt»
- JPEG2000-Import
- Layoutdateien über 2 GB können neu geladen werden
- HTML-Texte mit allen Attributen perfekt importieren
- Verbesserte Pfadoptioenen und Hilfslinien, neue Gestaltungshilfen, Graustufendarstellung sowie neue Pipetten- und Ebenenfunktionen
- Neue Textvariablen und Skripttechnologie und einiges mehr

Für weitere Informationen wenden Sie sich an:

Andreas Sattlegger | asattlegger@a-f.ch

Partnerschaft mit Twixl media für Mobile-Publishing-Lösungen



Twixl media ist auf die Entwicklung von Mobile-Publishing-Lösungen für Verlage, Agenturen und den Enterprise-Markt spezialisiert. Der belgische Softwarehersteller bietet dafür eine App-Lösung für Tablets, Smartphones und E-Papers an. Der Twixl Publisher erlaubt Content-Kreation, App-Erstellung und Distribution in einem Tool und besticht durch seine einfache Handhabung. Ohne Entwicklerkenntnisse kann jeder in simplen Schritten seine App inklusive Inhalten kreieren und verteilen. Die Lösung lässt sich zudem ohne grossen Aufwand in bestehende Workflows integrieren. Noch in

diesem Monat soll die neue Version 5 verfügbar sein. Diese wird neben der Unterstützung von InDesign-/Folio-Dateien auch eine HTML5-Integration bieten, womit sich der Twixl Publisher 5 ideal mit Inception verbinden lassen wird.

Seit Mai dieses Jahres führen Twixl media und A&F Computersysteme eine offizielle Partnerschaft.

Für weitere Informationen wenden Sie sich an:

Christian Glanzmann | cglanzmann@a-f.ch



CORE | LAB
Ein Unternehmen der
A&F Computersysteme AG

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@core-lab.de | www.core-lab.de