



Web-to-print-Forum, Oktober 2008, Mainz

Web-to-print: „Reale virtuelle Welt“

Die Vielzahl der Lösungen signalisiert einen Boom

Zum sechsten Mal, zum zweiten Mal in diesem Jahr trafen sich Fachleute der IT, Printmedien, Kommunikation, Werbund, Design und Marketing zu einem zweitägigen, spannungsgeladen Informations-Marathon und Meinungsaustausch. Ins Leben gerufen wurde die Kongress-Reihe vom Print & Media Forum, der Event-Organisation des Bundesverbandes Druck und Medien, Wiesbaden, mit dem nunmehr scheidenden Geschäftsführer Bernd Adams und Bernd Zipper, Zipcon Consulting, Essen

Gabi Schermuly-Wunderlich, die nachfolgend als neue Geschäftsführerin demnächst Co-Organisatorin sein wird, freut sich: „Mehr als die Hälfte der Teilnehmer sind keine unmittelbaren Mitgliedsbetriebe des Bundesverbandes Druck und Medien, sondern deren Kunden, Dienstleistungspartner und Supporter, Lösungsanbieter eingeschlossen.“ Dieser Mix ist der Katalysator für recht vielfältige Betrachtungsweisen und Informationen über Web-to-print (w2p), die typischerweise unter der Moderation von Bernd Zipper zutage treten. Es blieb genügend Zeit in den Vortrags-Sessions und den längeren Pausen, sich weitergehender zu informieren, denn der Kongress wurde von einer Mini-Expo begleitet: Acht Anbieter, die zugleich Sponsoren der Veranstaltung sind, stellten ihre Lösungen konkret vor. Viele Teilnehmer ließen sich intensiv und eingehend individuell über die Lösungen informieren.

Spannende Tage versprach Bernd Zipper eingangs – und konnte die Erwartungen durchgängig erfüllen. Vor allem wegen der Bandbreite der Informationen, die wesentliche Aspekte von w2p pointiert beleuchteten. Ausgangspunkt aller funktionalen Überlegungen zu diesem Thema war der Trend zur massiven Virtualisierung der IT-Serverarchitekturen, die explosionsartig wachsende Bedeutung des Internets als Basis persönlicher virtueller Arbeits-Desktops und demnächst massiv angebotener ASP-Lösungen (ausführende Programme nicht mehr auf der Platte, sondern als Download im Browser, mit voller Funktion und ggf. Speicherung auf externen Servern). Und der Tatsache, dass ERP-, MIS- und e-Procurement-Lösungen in der Industrie sich endgültig als Standard aller Organisation und des gesamten Produzierens etabliert haben – und in diese Landschaft muss sich die Printmedienproduktion nahtlos einfügen. Eben mittels w2p.

„Wir schwimmen mit der Welle“

Jürgen Bruckmeier, Chefredaktor des Cutting-Edge-Lifestyle-Magazins „tomorrow“ (Burda-Verlag), verwies auf die Spielregeln des längst etablierten Web 2.0, des „Mitmach-Webs der sozialen Kompetenzen“. Die Interaktivität, das unmittelbare „ich-jetzt-hier-alles“ prägte nicht nur das Lebensgefühl von Generationen, sondern auch die Ansprüche: was nicht per Mausclick oder „just push the button“ erreichbar sei, „findet ganz einfach

nicht statt.“ w2p ist eben die Lösung für Druckereien oder Printbuyer, genau für diese Effizienz zu sorgen.

Mehr und mehr gewöhnen wir uns daran, dass Daten nicht mehr wie früher die Akten im heimischen Zugriff stehen müssen, sondern vertrauen sie dem geregelten und hoffentlich passwort-geschützten Cyberspace an. Warum also müssen Druckunterlagen, Elemente für die Aufbereitung grafisch-visueller Medien, noch auf körperlich anfassbaren Datenträgern bewahrt und vor allem während des Produktionsprozesses befördert werden. Auch hier gilt wieder: w2p erschließt das Internet in seiner heutigen Funktion der „Wolke“ (Cloud-Computing ist ein realer Hype, der restlos alle Big Player vollständig erfasst hat und von ihnen unterstützt wird), um Medienproduktion teilweise dramatisch und drastisch zu vereinfachen. Und: es gelingt die Quadratur des Kreises. Die Endprodukte sind schneller fertig, kostengünstiger erstellt und in der Qualität fast immer deutlich stabilisiert. Hinzu kommen so prinzipielle, aber entscheidende Faktoren: Cyberworking ist betriebssystem-, geräte-, programm- und sogar personen-unabhängig, also in einem maximalen Maße redundant (ausfallsicher).

Wenn auch noch die Entwicklung erst am Anfang sei, so dürfe man doch von Monat zu Monat (und nicht erst in Jahresfristen) signifikante Verbesserungen der Infrastrukturen erwarten, vor allem auch, weil – wie er eindrucksvoll vorführte – die Zahl solcher Anwendungen derzeit weit überproportional wächst, gemessen an tradierter Software. Auch auf die Fragen, welche Gefahren es zu vermeiden gilt, hatte er konkrete Lösungsvorschläge zur Hand. Die gezeigten Beispiele gaben Mut, dass auch w2p zu den Gewinnern gehören kann, wenn man jetzt (und nicht erst irgendwann) damit einsteigt.

„Produktion im steuerbaren Cyberspace“

Wie solch ein Cyberworking-Szenario heute schon real aussehen kann, und das mitten in der hochqualitativen und technisch stabilen Prepress-Szenarie mit ihren etablierten PDF-Workflows und MIS- und/oder JDF-Anbindungen, zeigte in einer kompakten Präsentation Thomas Häuptli, Agfa Graphics Germany, Düsseldorf. Mit :Apogee Media hat das in der Druckvorstufe erfahrene und seit Jahrzehnten etablierte Technologie-Anbieterunternehmen auf der letzten drupa einen Coup gelandet: die Zusammenfassung aller notwendigen Arbeitsschritte der Printmedienproduktion auf der Basis der Zusammenarbeit und des konkreten Produzierens mittels normaler Internet-Browser. Dabei werden die gewohnten Werkzeuge der jeweiligen Fachabteilungen – Beispiel Photoshop oder InDesign – vollständig einbezogen. Also kein Werkzeugwechsel ist notwendig, sondern die bisher übliche räumliche Nähe oder das Managen von Daten in peer-to-peer-Netzen wird geöffnet für administrierte Nutzer via Internet (wobei die Daten an selbstbestimmten Orten gespeichert werden).

:Apogee verhält sich wie der sprichwörtliche Nürnberger Trichter und macht Workgroups und Projektteams orts- und zeitunabhängig, da auch die Kommunikations- und Verwaltungskomponenten eingebaut und individuell angepasst nutzbar sind. Zugleich werden die Funktionen der Werkzeuge genau auf die Funktion und Aufgabe der beteiligten Personen zugeschnitten. Banal gesagt: Texter müssen sich nicht mit Layoutfragen beschäftigen, Designer brauchen keine Programmier-Kenntnis von Datenbanken, Bildbearbeiter müssen nicht gleichzeitig administrative Aufgaben erledigen.

„Der Browser ist mein Computer“

Konkret und mit realen Programmen beschrieb Christian Pahl, BWH Hannover, das aktuelle Thema „Virtuelles DTP“. BWH ist ein deutsches Pionierunternehmen (ursprünglich eine „ganz normale Druckerei“) mit beachtlichem Erfolg auf diesem Gebiet und statt Vereinheitlichung beschrieb Pahl eine „Welt von Lösungen, in der jeder seine individuellen Anforderungen erfüllt bekommen kann“ (nebenbei bemerkt: so denn auch das Preis-Leistungs-Verhältnis akzeptabel erscheint). Kaum wirkliches Verständnis klingt bei diesen Worten für die durch, die immer und immer wieder zögern und warten; Unschlüssigkeit, die am Ende nur Chancen kostet und nichts bringt: „Für 95 % aller Anforderungen gibt es bereits Lösungen auf dem Markt.“ Und da – wie ein späterer Vortrag zeigte – nur etwa die Hälfte der deutschen Druckereien sich bisher konkret mit w2p beschäftigen (bzw. bereits implementiert haben), bleibt eine andere Hälfte, die grundsätzlich den Anschluss verpasst.

Intensiv auch Hinweis an Kollegenbetriebe: „Trennen Sie sich von der Idee, dass w2p und Druckaufträge unmittelbar zusammen hängen müssen. Verknüpfen Sie nicht in jedem Fall beide Funktionen, das hindert Sie an einer eloquenten Entwicklung.“ Viele Anwender möchten die Funktionalität einer w2p-Lösung administrieren oder konfigurieren; so etwa bezeichnete Christian Pahl als „die Herausforderung an die Architektur und Programmierung einer w2p-Lösung“.

Sein Unternehmen hat jüngst „noir.now“ vorgestellt, eine browser-basierte DTP-/w2p-Applikation, die im Sinne von Serversharing gewaltige Ressourcen nach dem pay-per-use-Prinzip bereitstellt. Vorteil ist, dass man eine individualisierte, „eigene“ w2p-Lösung seinen Kunden anbieten kann, aber selbst keine Infrastruktur aufbauen muss. Weil die Nutzung über Normalbrowser und das (auch mobile) Internet geschieht, ist sie maximal flexibel für alle Anwender. Noir.now bietet auch Windows-Office-Programme (in der Original-Version) zum fall- und zeitweisen Mieten an; weshalb endlich auch einmal Mac-Anwender ein echtes Windows-Feeling haben können ...:-)

Das Speichern der Daten erfolgt wiederum „cloude-like“ an beliebiger dezentraler Stelle, Zugriffe von administrativ dazu berechtigten von überall zu jeder Zeit eingeschlossen. „Somit kann man sich auf einem 200-Euro-Rechner eine komplette Office-Applikation samt web-to-media-Funktionen aufbauen und überall dort betreiben, wo schnelles Internet verfügbar ist.“

Dass diese Lösung den Kern der Zeit trifft, belegt der Zufall, dass quasi zeitgleich mit dieser Präsentation Microsoft seine neue Azure-Strategie vorstellte, die Cloud-Computing als „Wendepunkt für Microsoft“ (was heißen soll: für die globale Welt der Compi-User) bezeichnet. Ein epochaler Strategiewechsel, wie es aus Redmont heisst

„Unwissenheit schützt vor Fehlern nicht“

Bernd Zipper bilanzierte in seinem abschließenden Resümee, „die Technik ist da, jetzt kommt es auf die Business-Modelle an.“ Auf die wurde am ersten Tag des 6. Web-to-print-Forums der Fokus gelegt. Aber, wie Holger Schmidt als Referent ebenfalls rückblickend auf seine Erfahrung aus vielen Jahren als Anbieter in diesem Segment feststellte, „potentielle Anwender sind gut beraten, sich mit den technisch-funktionalen Grundlagen im Detail auszukennen, um die richtigen Fragen stellen und die guten Entscheidungen treffen zu können.“ Und auch für diese „Pflicht, die mühsam, aber nicht zu umgehen ist“ boten etliche Referate Lern- und Wissensstoff in Hülle und Fülle.

Thomas Rödding, Diron, analysierte Funktion und Bedeutung von XML in der gesamten w2p-Architektur. Sein Fazit: „Es ist das wörtliche Computer-Latein für dieses Segment; eine verbindende Sprache, die neutral ist und von allen verstanden und genutzt wird.“ Wie dies im Detail geschieht war der Schwerpunkt seiner kurzweiligen Darlegungen.

Zahlreiche internationale oder branchen-spezifische Spezifikationen helfen inzwischen, XML für definierbare Anwendungen kompatibel zu machen, indem beispielsweise die Tags oder Datensatzstrukturen für umrissene Aufgaben auf Basis freiwilliger Übereinkünfte standardisiert („de-facto-Norm“) werden. JDF ist beispielsweise eine solche Spezifikation für Print-Workflows, ebXML eine tatsächlich von der UNO definierte Sprachumgebung für internationale kommerzielle Abwicklungen. PDF ist ebenfalls eine XML-Variante.

„Mein Plan. Mein Antrag. Mein Zuschuss.“

Und dann ging es „um das liebe Geld“ – das so lieb manchmal gar nicht ist, weil man es in Form zu Zuschüssen und Finanzierungsbeihilfen oft nur schwer bekommt. Auch wenn die EU- und Bundesfördergelder „an die Großen“ scheinbar „freigiebig verteilt werden“, so sind für diese wie für alle anderen Unternehmen auch die Förderbedingungen erstens sehr genau beschrieben und eng umrissen, zweitens in einer wahren Flut von Programmen verteilt und drittens eine Aufgabe, bei der Antragssteller, seine (Haus-)Bank und eine Förderprüfungs- und Vergabe-Stelle sehr koordiniert zusammen arbeiten müssen. Über einige Stunden zog sich der Diskurs über diese Themen am Nachmittag des ersten Veranstaltungstages; konzentrations-fordernd, aber auch erkenntnisreich. Die gegensätzliche Meinung von Teilnehmer danach, „jetzt weiß ich, dass es sich für uns nicht lohnt“ und ein anderer: „jetzt weiß ich endlich, wie ich damit beginnen muss“, zeigt, dass auch ein scheinbar „trockenes Thema“ für strategische Entscheidungen extrem nützlich ist.

Druckereien, Web-to-Print und andere Dienstleistungsanbieter oder angehende aus diesem Bereich, können gefördert werden, wenn der Antrag stimmt und die richtige Wortwahl im Antrag getroffen wird. Viele Zahlen, viele Tabellen, aber was wichtig ist: Richtige Worte treffen, nicht scheuen, und dann kann jeder, der eine gute Idee hat, Förderung beantragen und seiner Web-to-Print-Vision nachgehen.

„Na bitte, es geht doch ...“

Anschließend stand „best practice“ auf dem Programm. Marcel Neiber von RT Reprotechnik, Sitz Leipzig, ein Unternehmen mit vielen Filialen, zeigte exemplarisch, wie web-to-print-Lösungen in einem solchen Firmennetzwerk auch intern eingesetzt werden können, „und zwar so, als wären unsere eigenen Sachbearbeiter unsere Kunden. Sie steuern die Aufträge gewissermaßen als Statthalter der Kunden mit Hilfe von w2p-Lösungen durch den Betrieb und gleichzeitig ist den Kunden ein Monitoring möglich, das heißt, auch sie haben Zugang zum Status ihrer Aufträge.“ RT Reprotechnik setzt PageFlex und Adobe :Apogee ein, beides Programme, „die uns durch ihre offene Architektur überzeugt haben und uns in die Lage versetzen, auch kunden-individualisierte Lösungen anzubieten, weil sich die jeweiligen Module variieren lassen.“

Arno Meyer zu Küingdorf, Webdox-Portal, Berlin, zeigte anhand einer ebenfalls Pageflex-basierten Lösung, wie sich die Generierung von zig Varianten eines an und für sich standardisierten Anzeigenmotivs automatisieren lässt. Dabei ging es konkret um in Hannover beheimatete Messe, im

Mittelpunkt die CeBIT. Für diese wird in zig Ländern geworben, die Anzeigen variieren nicht nur generell in ihrer Größe (Seitenanteile), sondern auch im Größendetail, da je nach Zeitschrift oder von Land zu Land Spaltenbreiten und Umbruch-Standards verschieden sind. Was früher in mühseliger, komplex-komplizierter Handarbeit mittel Umkopie und fotografischer Größenveränderung „gestrickt“ wurde, lässt sich durch programmierte was-wenn?-Parameter automatisieren – inklusive raffinierter typografischer Regeln und angewandter Gestaltungsgrundsätze. Der Effekt: eine wesentliche Beschleunigung des Arbeitsprozesses und erhebliche Kosteneinsparungen. Es galt jedoch, wie Arno Meyer zu Küingdorf deutlich machte, „die anfängliche Skepsis der Designer zu überwinden und ihnen zu zeigen, dass Automatisierung keineswegs gestalterischer Qualität im Wege steht. Sind nämlich die Entwürfe so angelegt, dass sie größenvariabel modifiziert werden können, gibt es keine unerwünschten Ergebnisse. Aber eben: das Design muss das durch raffinierte Layouts fördern.“

Christian Spiller, MIS, München stellte eine mit iBrams realisierte Lösung vor, mit der die Haarpflegemarke L’Oreal Kundenaktionen von Friserustudios unterstützt. Mit Hilfe einer Datenbank können diese Salon-individuelle Werbematerialien konfigurieren und den Druckauftrag auslösen. Vorteil ist die durchgängig eingehaltene CI und damit die Verstärkung der Kampagne durch Wiedererkennungseffekte.

„Mutter Courage und das schlechte Gewissen“

So etwas wie den Wermutstropfen in aller w2p-Euphorie hatte Silke Ploog von Fontshop, einer Type Foundry (Verlag), Berlin, zu überbringen. Thema: Schriftlizenzierung. Klar, dass jedes professionelle Unternehmen für seinen Workflow nur legal gekaufte und damit lizenzierte Schriften einsetzt; daran sollte erst gar kein Zweifel bestehen. Aber, ... aber !!!! Was heißt in diesem Falle „Lizenz“ – Lizenz wofür nämlich?! Das übliche ist beim Kauf von Schriften die Lizenz zum Gebrauch auf 1 oder bis zu maximal 5, bei anderen (gesonderten) Vereinbarungen und Preisen auch 10, 100 1.000 Arbeitsplätzen. Diese „Mengen-Lizenzen“ jedoch haben in aller Regel nur große Unternehmen, Konzerne; wohl nie eine Druckerei, eine Agentur. Auch dann nicht, wenn sie mittels ihres web-to-print-Angebotes via Web Kunden den Zugriff auf Schriften gestatten, mit denen diese dann ihre zu bestellenden Drucksachen kreieren oder individualisieren können. Dann aber tritt juristisch der Umstand ein, dass man die Schrift einer (egal, ob anonymen oder namentlich identifizierten) Öffentlichkeit zur Verfügung stellt und für jeden Benutzer eine eigene Lizenz bräuchte. Will sagen: wer 1.000 Zugriffe unterschiedlicher Personen am Tag hat, bräuchte 1.000 Lizenzen. Und am nächsten Tag wieder 1.000 – und so weiter. Absurd? Nein, buchstabentreue Verlagsauslegung.

Da herrschte erst mal geschocktes Schweigen im Saal. Silke Ploog musste also behutsam Mut machen: Als Schriftenverlag verfügt auch Fontshop Berlin, eines der rühmlichsten Unternehmen der europäischen Schriftfont-Szene überhaupt, nicht über die Lizenzrechte, sondern vermittelt diese durch die Verkäufe zwischen dem Entwerfer bzw. Hersteller der Schrift (Copyright-Inhaber) und den Nutzern (Käufern). Und hier sieht sie auch eine gewaltige Herausforderung für ihr Unternehmen und gleichgelagerte: Es muss gelingen, in Kürze eine öffentlich bekannte und für alle Seiten annehmbare Vereinbarung zu geben, wie man solche „Bulk“-Lizenzen (Mengennutzung) vernünftig, das heißt vor allem wirtschaftlich tragbar regelt.

Kein Zweifel gibt es daran, Schriften sind geistiges Eigentum und als solches ein lizenzpflichtiges Produkt. Kein Zweifel aber auch daran, dass in einem Markt, der schon zu Beginn durchaus einen Discount-Charakter hat, jeder Cent kalkuliert und vom Markt akzeptiert sein muss. In der Diskussion brachten die Besucher und Teilnehmer des Forums recht bald den Vergleich zu den Tauschbörsen und der Gesamtproblematik des ehemals ausschließlich auf mengenmäßig kontrollierbare Tonträger gestützten Musik-Vertrieb auf. So wie dort der Markt durch Downloads und Kopien regelrecht implodierte, so fürchteten sie es auch, zumal diese Situation wirklich explosive Sprengkraft haben könnte: es ist eine epochale Chance für freie (und kleine) Schriftverlage, mit geeigneter Lizenzpolitik und dem Angebot gepflegter (mehrsprach-fähiger) Zeichenfonts die Etablierten durchaus substanziell anzugreifen.

Ein Thema, das nicht so ganz nebenbei „in die Ecke gelegt werden darf“, da es mit durchaus gerichtlich-juristisch relevanten Konsequenzen verbunden ist und daher einer legalen Regelung bedarf. Enttäuschung blieb zurück, dass es derzeit wohl nirgendwo eine Initiative gibt, die das Problem auf breiter Front angeht. Und so wurde das Angebot von Fontshop erst mal mit hohem Interesse aufgenommen, ein regelrechtes w2p-Paket zu schneiden, das eine Art Flatrate für eine begrenzte, definierte Zahl professionell supporteter Schriften vorsieht. Zu empfehlen ist jedem w2p-Betreiber, dieses konkret in Augenschein zu nehmen.

„Die Heinzelmännchen stecken im Detail“

Und wieder Technik, und wieder Grundlagen: Mit Bravour führten zwei ausgewiesene Experten die Zuhörer durch ein schwieriges Gebiet und vermittelten Informationen, die für das Verständnis der Effizienz von w2p-Lösungen elementar sind.

Wolfgang Boretius, trivet.net, Remscheid, dozierte mit beeindruckender Detailkenntnisse über „PDF-Formulare versus InDesign“ und konnte, auch wenn es scheinbar um Theorie ging, schließlich sehr klar verdeutlichen, welche Aufgabe und Funktionen die verschiedenen Programme haben und mit welcher Leistungsvielfalt sie diese erfüllen. Ihm gelang, die Gemeinsamkeiten – und damit die Beliebigkeit – ebenso klarzumachen wie die Differenzen und damit die Notwendigkeit, je nach Anwendung den einen oder anderen Weg zu wählen. Wichtig sind solche Informationen für Investoren auch deshalb, weil es eben keine „guten“ oder „schlechten“ w2p-Lösungen/-Programme gibt, sondern nur solche, die differente Leistungsumfänge wegen unterschiedlicher eingesetzter Komponenten haben. Oder eben die Möglichkeit bieten, solche Leistungskomponenten untereinander auszutauschen. Wolfgang Boretius kämpfte wacker gegen das Henne-Ei-Problem: die Anbieter fragen (potentielle) Anwender/Käufer, was sie damit machen sollen. Jetzt und später. Und diese Interessenten wiederum fragen meist zurück, was man denn machen könnte. Die theoretisch mögliche Antwort „alles!“ ist eben für beide Seiten höchst unbefriedigend und daher sind diese „Hausaufgaben“ für die Zuhörer eben ein Pflichtprogramm zu ihrem eigenen weit reichenden Nutzen.

Diesen wenn auch ein wenig akademisch, aber souverän vorgetragenen Part vervollständigte Andreas Kurzac, Kinetik, Bayreuth, mit einem tiefen Einblick in die Funktion und Wirkungsweise von PDF-Libraries, die sehr oft zentrales Element von PDF-Lösungen sind. Vereinfacht gesagt: solche Libs (IT-Jargon, Abkürzung für Libraries, „Büchereien“) stellen eine API dar, ein Application Programming Interface, zu deutsch: eine Schnittstelle für Programmentwickler, um Eingabe-Funktionen bei der Bedienung des Programmes so umsetzen und berechnen zu lassen, dass die gewünschten

digitalen Datei-Ergebnisse dabei herauskommen. Im Falle des Ausgabe-Formates PDF sind sie von zentraler Bedeutung, da die korrekte Erzeugung der Syntax und Semantik (also der „Sprach-Gesetze“ und -Regeln) der Seitenbeschreibungssprache PDF gleichzeitig die Qualität der Ausgabe unmittelbar beeinflussen. Ein sozusagen „schlecht geschriebenes PDF“, also eines mit syntaktischen Fehlern, hat ähnliche Fehler zur Folge wie jemand provoziert, der nuschelnd und undeutlich spricht: ein anderer versteht ihn nicht oder falsch und kann mit dem Gesagten nichts anfangen oder interpretiert falsch. Exakt so muss man PDF sehen: je klarer diese Seitenbeschreibung von einem Programm generiert wird, desto raffinierter können die Effekte sein, die damit erzeugt (sprich belichtet bzw. gedruckt) werden. Im Falle von Editoren für grafisch-visuelle Programme (sozusagen von Word über Quark bis InDesign), die ein in sich abgeschlossenes Programmpaket darstellen, übernehmen auf den Funktionsumfang der Pakete getrimmte Programmierungen diese Aufgaben. Alles das, was das Programm optisch-funktionell „kann“, kann es auch in einen sauberen PDF-Code verwandeln. Doch da, wo Datenbanken, on-the-fly-Editoren (z. B. Eingabe durch irgendwelche Nutzer an irgendwelchen Browsern „draußen im Internet“ in mittels Flesh-Technologie interaktiv gestalteten Eingabefeldern), müssen eben PDF-Libraries genereller Art her, um diese ja nur rein virtuell bestehenden Datenfiles korrekt in eben jene PDF-Codierung umzusetzen, die dann den gewünschten Ausdruck erzwingen, auf Digitaldruckern und -Belichtern mit ihren teils sehr unterschiedlichen RIPs gleichermaßen. Schon alleine der Versuch der einfachen Beschreibung des Themas zeigt, wie verzwickelt es ist – und es für Programmierer auch wirklich ist. Nicht, dass w2p-Anwender vom Detail etwas wissen müssten, aber sie müssen ahnen, wie wichtig diese Schnittstelle ist und dass man über sie die Qualität der Arbeitsergebnisse entscheidend beeinflussen kann. Und das wiederum ist ein deutlicher Hinweis darauf, dass es sich genau hier lohnen kann, einem Standard-Programm noch ein gewisses individuelles Extra zukommen zu lassen, um eine noch höhere Effizienz herauszuholen.

Was insofern keine Theorie ist, weil viele – fast muss man schon sagen – ehemalige Kunden der Druckindustrie hier den IT-Hebel ansetzen, um eigene Lösungen für firmeninterne spezifische Lösungen zu programmieren. „Wir sehen in der Druckvorstufe einen deutlichen Trend zum Inhousing, das heisst, immer mehr Printbuyer trauen sich durchaus zu, bei genügendem Volumen hauseigene w2p-basierte PrePress-Lösungen einzusetzen, um unabhängig von Dienstleistern zu werden, die Kosten zu minimieren und

„Aus Fehler anderer wird man klug“

Praktische Entscheidungshilfe und Hilfe beim Vermeiden der Stolpersteine, das ist, was der sehr erfahrene Systemintegrator Holger Schmidt („Ich bin zwar ein Pionier auf diesem Gebiet, aber noch lange kein Veteran!“), concept-ix, Saerbeck.

Gebeten, die wichtigsten „do not“-Regeln zu nennen (der Rest des Forum handelte ja praktisch durchgängig von den „DOs“) gab er dem Publikum dieses mit auf dem Nachhauseweg (und danach) zu bedenken:

„Web-to-print“ – die Begrifflichkeit bringt kaum noch Klarheit. Also fragen Sie auch gar nicht nach w2p.

Lösung: formulieren Sie ganz einfach, was Sie WIRKLICH wollen.

Projektbeschreibung – je umfangreicher, desto hinderlicher; je unpräziser, desto unbrauchbarer.

Lösung: Konzentrieren Sie sich auf die wichtigen Punkte, auf das, was unverzichtbar ist.

Geschäftsmodell – Viele Interessenten wissen eigentlich gar nicht, was sie mit einer w2p-Lösung letzten Endes wirklich vor haben.

Lösung: Es ist besser zu wissen, womit man Geld verdienen will, als welche Werkzeuge dazu einzusetzen sind. Und: was kann man wirklich schultern an Lasten zur Einführung und Betrieb von w2p-Lösungen.

„Richtige“ Technologie – es gibt keine Trends und Lösungen, die generell richtig sind.

Lösung: Man sollte die verschiedenen potentiell einsetzbaren Technologien grundsätzlich verstehen, um wirklich Entscheidungen treffen zu können. Auch wenn es mühsam und aufwendig ist – man kommt nicht dran vorbei.

Richtige Anwendung: „Ich brauch keinen Shop, ich will nur was bestellen“; manchen Interessenten ist wirklich nicht bewusst, was die Funktionen und Möglichkeiten wirklich sind – und über- oder unterschätzen sie massiv. Und: vor allem müssen die eigenen (potentiellen) Kunden lernen, mit w2p umzugehen

Lösung: Kenntnis der Erfolgsfaktoren von w2p-Lösungen und Anwendungen beim Wettbewerb, um sein Geschäftsfeld formulieren zu können.

Richtiger Partner: Nicht die Software, der Lieferant ist das Wichtigste.

Lösung: Die Chemie muss stimmen, und das hilft, wirklich „glückliche“ Lösungen gemeinsam zu erarbeiten.

Skalierbarkeit: Man schießt auf das, was eine Lösung heute und jetzt kann.

Lösung: Die Lösung muss mit dem Markterfolg wachsen oder sich verändern können.

Dahinter schauen: Man ist von Effekten begeistert – und geblendet.

Lösung: Detailkenntnisse am Anfang schützen vor einem Desaster am Ende. Sich mit den Grundsatztechnologien beschäftigen.

Die Zeit: Erst lange, lange denken, warten, zögern – aber dann: jetzt, sofort, gestern!!!

Lösung: Gut Ding braucht Weile. Software-Herstellung ist aufwändig !!!

IT-Dienstleister: Ich will ja nur w2p und nicht IT?

Lösung: Wasch mich, aber mach mich nicht nass – das funktioniert nicht. Wer w2p einsetzt, ist gegenüber seinen Kunden IT-Dienstleister.

Softwarelizenzierung: Installiert, „Lizenz akzeptieren?“ – klick&weg, und zum Schluss kann es eklatant teuer werden. Nicht jede Software (d. h. die wenigsten) sind anwender-skalierbar.

Lösung: Der Teufel steckt im Detail. Nicht, was man sich denkt, sondern was da steht, ist die Wirklichkeit.

Anfangen! Man muss die Kurve kriegen. Vor allem Print-Dienstleister sind hin- und hergerissen zwischen dem, was ginge und möglich wäre, was sie bezahlen und wie sie anfangen wollen.

Lösung: Irgendwann muss man ins kalte Wasser springen. Man kann es durch gute Vorbereitung anwärmen. Ein Restrisiko bleibt. Immer. Das nennt man Unternehmertum.

„Web-to-print nimmt rasant Fahrt auf“

Die Zusammenfassung von Bernd Zipper, dem es wiederum gelang, über zwei Tage den Spannungsbogen aufrecht zu erhalten:

Die Anwendungen werden immer komplexer, die Ansprüche immer höher. Das wird zweierlei bewirken: erstens werden sich die Lösungen weiterhin rasant entwickeln und teilweise nur noch in Nuancen differenzieren (abgesehen von generellen Architektur-Unterschieden). Und zweitens müssen

Entscheidungen von Einsteigern immer besser vorbereitet werden, um von Anfang an den Kern des Gewünschten zu treffen (sonst ist der Frust vorprogrammiert).

Selbst technisch Sensationelles wird von den Consumern als normal hingenommen. Die Zeit ist vorbei, in denen man allein durch die Tatsache, dass jemand seine Drucksachen via Webbrowser bestellen kann, beeindruckt werden kann. Ergo: es muss mehr Marketing her, die Geschäftsmodelle müssen besser, klarer, eindeutiger am Markt positioniert und profiliert werden.

Was Fachleute begeistert, muss Laien nicht immer überzeugen. Aber manche Effekte sind vielleicht cool fürs Publikum, ohne dass sie immer aufwändig sein müssen. Es geht also nicht nur um den Triumph der Technik, sondern um Akzeptanz im Markt. Die Print-Provider, vor allem, wenn sie w2p-Lösungen einsetzen, müssen sich von „technology-driven“ erst zu „market-driven“ und dann rasch zu „customer-driven“ wandeln. Nicht mit der Technik Kunden überzeugen, sondern mit Fun-Faktoren: Infotainment, Personalisierung, just-new-Effekte, Socializing, Originalität der Idee bringen Geld, nicht der Aufwand der Programmierung oder Produktion.

„W2p wird ‚normal‘, die Akzeptanz nimmt an Fahrt auf. Entscheidend für den Markterfolg sind jetzt die Geschäftsmodelle. Die Anforderungen von Kunden an w2p-Lösungen sind teilweise sehr unterschiedlich, in Bezug auf Verfügbarkeit, Komplexität, Sicherheit, Simplizität und vieles andere mehr. Also muss man nicht mehr die Solution als solche in den Vordergrund stellen, sondern deren Eigenschaften für die potentiellen Nutzer.

Und vor allem, es müssen ganzheitliche Lösungen sein, Lösungen mit Service. Die Devise ist „to pamper the customer“ – der Kunde will gehätschelt werden.

w2p ist kein Exklusiv-Markt mehr für „hohe Preise“. Derzeit sind die Drucker wieder dabei, sich den Markt der Standardlösungen über Dumpingpreise gegenseitig kaputt zu machen.

Cloud-Computing: Kampf gegen das innere Gefühl

Mindestens 1,5 Millionen Jahre lang trainiert die Menschheit die eingängige eBay-Werbeformel: drei, zwei, meins! Beute machen!, das ist, was über gewaltig lange Zeiträume das Glück der Homiden war, ob sie nun eher nach Neandertaler oder homo sapiens aussahen. Beute machen, in die Höhle oder Hütte schleppen, es verteidigen, allenfalls mit der Familie bzw. Sippe teilen.

Genau so, wie die Menschen vor hunderttausenden von Jahren schon lebten, sind heute Firmen organisiert. Büros als Höhlen (selbst architektonisch kein Unterschied zur Vorzeit), das Unternehmen als Sippe – impertinent massive Motivationsprogramme beschäftigen sich ausschließlich damit, Mitarbeiter geistig auf das Company-Mindset zu trimmen. „Wir sitzen doch alle im gleichen Boot“. Zäune errichten, Territorien verteidigen, Märkte erobern – nicht umsonst ist Marketing-Sprache eine Kriegssprache. Das „haben wollen“ ist uns genetisch eigen, der Mensch kann gar nicht anders.

Wäre und wollt er anders, wird er von den Mitmenschen religiös überhöht verehrt. Asketen und Erleuchtete verzichten auf Besitz; taten es die Mönche einst mit Inbrunst, wurden sie garantiert bald zu Seligen und Heiligen erklärt. Um den Sprung schmerzend-schrill zu machen: es ist gerade ein paar Wochen her, da war Raffan, gierig Beute machen, Heuschrecken-Gebaren an der Börse noch Ehrensache und fein, ja, das Ziel kapitalistischer Intelligenz

schlechthin. Geld horten – wenigstens auf theoretischen Konten – und Buchwerte schaffen war Königsdisziplin. 3 Millionen, 2 Milliarden – meins!

Und jetzt kommt Cloude-Computing. Daran gemessen sind mittelalterliche Bettelmönche ja noch reiche Hof-und-Gut-Besitzer; immerhin hatten sie noch eine Zelle, eine Bibel, eine Kirche zur Verfügung. Der Cloude-Computer-Mensch: ein einfaches, möglichst wohl noch ein zufälliges, in jedem Fall billiges Gerät (jemand sagt wortwörtlich: „Es muss gerade mal mit Ach und Krach ins Internet kommen können. Mehr nicht.“), eben ein Internet-Anschluss, der bei den heutigen Flatrates auch erbettelt sein darf („kann ich mal eben bei Dir, was hasste für’n Paßwort?“), – und ansonsten nur ein Account bei einem ASP, einem Application Service Provider. Da klinkt man sich dann ein. Von der Sorte ASP gibt es die Guten und die Besseren. Die guten bieten Standard-Software für ganz kleines Geld an, nicht selten für Nulltarif (noch). Die Besseren spezifische Programme, die sonst ein „Schweinegeld“ kosten würden auf pay-per-use-Basis oder einer milden Flatrate, man hat also eine Computerausstattung vom Feinsten „auf Pump“. Ist orts-, geräte-, plattform-, server- und auch sonst völlig unabhängig. Und vom Internet so abhängig wie von der Luft, die man zum Atmen braucht. Ist sie mal für ein paar Minuten weg, ist man tot. Ist das Internet nicht verfügbar, ist man tot.

Die Daten – irgendwo. Die Programme – bei irgendwem. Die Bezahlung – irgendwie. Alles ist ungefähr, ungenau, unfassbar. Nie wurde ein klareres Symbol für dieses Nebulöse gewählt: die Wolke, die keine Sekunde unverändert bleibt, ungreifbar über allem schwebt, höchst reale Scherze mit uns Erdenbürgern treibt, und mal schön, mal hässlich, mal willkommen-labend, mal zerstörerisch-katastrophal sein kann. In jedem Fall ist sie das Gegenteil von einer drei-zwei-meins-Höhle, von Beute, von terretorialem Besitzanspruch.

Aber vielleicht vollzieht sich ja ein radikaler genetisch-kultureller, sozial-gesellschaftlicher Wandel wie noch nie auf der Welt. Schon heute vertrauen junge Menschen vorwiegend sozialen Netzwerken Daten an, in Qualität und Menge, in Offenheit und Leichtsinnigkeit, bei denen (ältere) Daten-Schützer reihenweise in Ohnmacht fallen. Früher hat man gehört, in Dörfern, wo jeder jede kennt, sei es üblich gewesen, einfach einen Besen vor die Tür zu stellen, wenn man nicht zu Hause ist – und die Türe offen zu lassen. Was von jedem respektiert wurde. Heute stellt man seine Identität vor die Internet-Haustüre und lässt ganze Bildgalerien, persönliche Daten, Dateien-Bibliotheken oder im Wege der peer-to-peer-Tauschbörsen praktischerweise die gesamte Festplatte offen. Man zählt rückwärts: eins, zwei, alle! Allen alles! Man verschenkt und verschleudert Daten großzügiger als der Prinz Kamellen im kölschen Karneval. Da sind nicht nur Scheunentore geöffnet, da sind alle Wohnhöhlen aller Neandertäler dieser Welt geöffnet ... weit, weit, weit.

Vielleicht deshalb ist Cloud-Computing wirklich zeitnerv-treffend. Es vervollkommnet, was längst schon Realität, viel mehr als nur Trend ist. Es führt ein, was der Kommunismus wollte, aber nicht schaffte: das Gemeineigentum in seiner reinen Form. Vielleicht ist Cloude-Computing ja nichts anderes als das missing link zur Vollkommenheit: vom globalen Dorf zur globalen Höhle. Wir sind keine lokalen Sippen, wir sind die globale Sippe, zu Ende gedacht derzeit 6,5 Milliarden „alle in einem Boot“-Sitzleute, einem Boot namens Welt. Die Hölle Datennetz wird zur Höhle Datenschatz. Wir raffen, indem wir uns vernetzen und alles verteilen. Indem wir wegschenken, werden wir überreichlich belohnt und beschenkt. Womit wir wieder bei frommen Philosophien wären: Geben ist seliger denn nehmen.

Fehlt noch, dass es jetzt blasphemisch wird und der auf Wolken schwebende Gottvater auf Michellangelos berühmten Stirnwand-Gemälde der vatikanischen Sixtinischen Kapelle mit seiner Fingerspitze deshalb die von Adam berührt, weil die Botschaft darin lautet: Ich schenke Dir die ganze Welt mit einem Fingertip.

Denn: Microsoft hat soeben erklärt, die Zukunft der Computer sei auch deshalb Cloud-Computing, weil es immer mehr Touch-Screens geben wird: zu bedienen, wie Urvater Adam im iPhone-Paradies es seit kurzem schon tut.

Na dann. Die Menschheit ist da angekommen, wo sie herkommt. Im und aus dem Nichts. Ich hoffe nur, meine Wolken dieser Prophezeihung verziehen sich wie alle anderen auch und lösen sich in nichts auf.

Nichts. Ein anderes Wort für Cloude-Computing. Leute, ich will meine Höhle wiederhaben. Ich will Beute jagen, ich will, ich will, ich will drei, zwei meins. Gruß an Euch alle, Ihr dort auf Computerwolke 7.

▶ **Hans-Georg Wenke**