



Nach allen Regeln der Kunst

unio (CH) bietet umfassende Programme und Services für das »automatisierte Druckmanagement«

REPORTAGE



Wenn ein Graphic Designer ein umfangreicheres Werk oder eine Serie wiederholter,

gleicher bzw. ähnlicher Drucksachen plant und gestaltet, stellt er Regeln auf. Gestaltungsregeln. Wenn für ein Unternehmen ein CD (Corporate Design) entworfen wird, geschieht dies auch. Bei Zeitschriften, Zeitungen, für Kataloge, Preislisten, für Markenartikel-Anzeigen, Plakatserien und vieles mehr gilt das gleiche. Das Aussehen wird generell geregelt, in Wenn-dann-Anweisungen gepackt, Was-ist-wenn-Entscheidungen vorbereitet und Ausnahmen definiert. Ab dann kann man die Arbeit ja, wem überlassen?

Nach klassischem Verständnis dem Setzer. Nach modernem dem Computer. Denn wer, wenn nicht der Computer, fühlt sich so richtig wohl mit einem Regelwerk? Wer, wenn nicht Computer, brauchen und benötigen Anweisungen? Die bisher verbreitete Ausrede, Regeln seien gut, allein für die immer und nicht selten reichlich auftauchenden Konflikt- und Zweifelsfälle brauche es doch des unmittelbaren Eingriffs via Maus und Tastatur, ist spätestens dann falsch, wenn es Programme gibt, die mit Ausnahmen und Konflikten gut umgehen können.

Satzroboter für die Printproduktion

Die Programme und Werkzeuge, die Regelwerke und Datenbank-Masken, welche unio in seinen Computer-to-printpage-Lösungen einsetzt, sind auf Konflikte, auch schwierige, ausgerichtet. Sie haben die Flexibilität, Seitengeometrien der Textmenge oder Bildgröße anzupassen, Umbrüche zu verändern aber auch die Besonderheiten spezifischer Speicher- und Ausgabeformen und -formate zu berücksichtigen (was soviel heißt wie: sie sind multimediafähig). unio-Lösungen, davon gibt es ein halbes dutzend Varianten, sind Satzautomaten, die auf spezifische Einsatzfelder und Schwerpunkt-Aufgabengebiete zugeschnitten sind. Doch unio, so die Firmenphilosophie des in Rickenbach (SO) nahe Olten siedelnden Unternehmens, bietet

eben nicht nur Programmpakete »aus der Dose zum Selberkochen«, sondern serviert, um im Bild zu bleiben, den jeweiligen Anwendern aus Standard-Komponenten exakt das Programm, das ihnen »schmeckt«. Egal, ob dies Setzereien/Druckereien sind, die für einzelne Kunden oder für bestimmte Kundengruppen Dienstleistungen auf der Basis von unio-Lösungen online anbieten oder Auftraggeber der Druck- und Verlagsindustrie, die damit Insertionen ebenso automatisiert und workflow-gesteuert fertigen wie Kataloge, Preislisten oder Werbematerial der vielfältigsten Art.

Fokus Verlagsbereich

Peter B. Müller, Gründer und Mehrheitsaktionär von unio, definiert die Stärke der Lösungen plausibel, logisch und einfach: Je strukturierter die Drucksachen sind, je häufiger sie gefertigt werden, je öfter der Inhalt wechselt und je unbelasteter von dedizierten Satzkenntnissen die Autoren aus Texten und Bildern wählen oder neue kreieren und hinzufügen können und sollen, desto grösser ist das Nutzenpotential eines datenbank-basierten Satz-Roboters. Die Marktleistung von unio konzentriert sich in erster Linie auf das Projektmanagement. Dieses umfasst Beratung, Konzeption sowie die begleitete Einführung dedizierter Lösungen. Und, auf Wunsch, laufen-

de Betreuung und Anpassung. So dass sich weder Druckereien noch Druckauftraggeber im Zweifelsfall mit technischen Details beschäftigen müssen und auch ohne eigene IT-Ressourcen vollkommen professionelle Lösungen erstellen können.

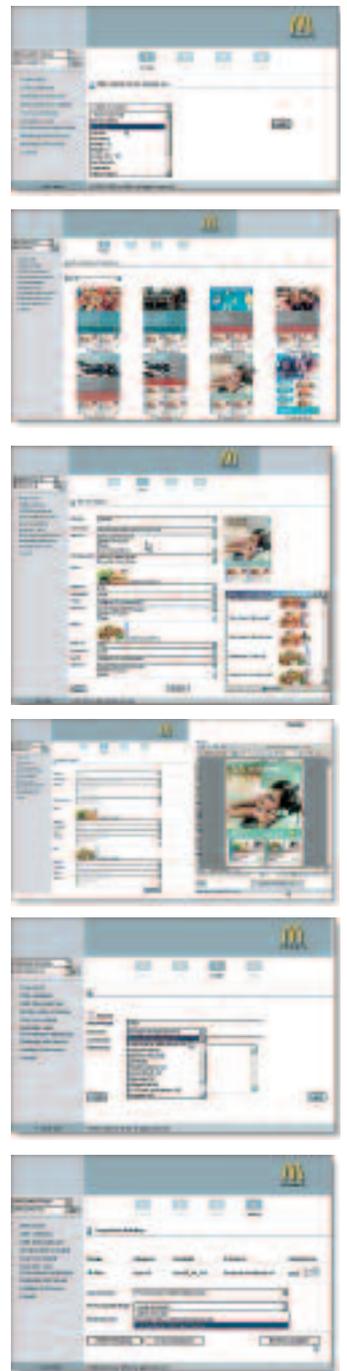
2 statt 20 Minuten

»Eine interessante Möglichkeit, welche in der Schweiz längst Realität geworden ist und noch mehr Verbreitung finden wird, ist der Einsatz von automatisierten Insertionslösungen, dies vor allem für Rubrikanzeigen wie zum Beispiel im Stellen- oder Immobilienbereich.« Da Unio-Lösungen auch mit Drittsystemen kommunizieren können (d. h. Daten übernehmen und ggf. auch wieder rücküberstellen), lassen sich diese einfach an bestehende Redaktions- oder Kommerzsysteme in Verlagshäusern anbinden. Die Einsparpotentiale zeitlicher Art, und damit auch konkret in barer Münze, sind beeindruckend. Peter B. Müller zeigt eine Applikation aus dem Verlagsbereich, mit der die durchschnittliche Durchlaufzeit eines Inserates (von der Annahme bis zu seiner Übergabe ans Layoutsystem) von durchschnittlich 52 Minuten auf 1 bis maximal 15 Minuten reduziert werden kann. Das Einsparpotential hängt davon ab, ob der Kunde sein Inserat selbständig über die ihm zur Verfügung gestellte Internet-Plattform erfasst, oder ob die Anzeige intern auf der Basis



Stärke der Lösungen plausibel, logisch und einfach: Je strukturierter die Drucksachen sind, je häufiger sie gefertigt werden, je öfter der Inhalt wechselt und je unbelasteter von dedizierten Satzkenntnissen die Autoren aus Texten und Bildern wählen oder neue kreieren und hinzufügen können und sollen, desto grösser ist das Nutzenpotential eines datenbank-basierten Satz-Roboters. Die Marktleistung von unio konzentriert sich in erster Linie auf das Projektmanagement. Dieses umfasst Beratung, Konzeption sowie die begleitete Einführung dedizierter Lösungen. Und, auf Wunsch, laufen-

Vorlage auswählen, Text erfassen, »Gut zum Druck« erteilen, die Druckerei auswählen und den Auftrag erteilen – nicht mehr und nicht weniger bietet der Arbeitsablauf des unio »Satz-Roboters«.



eines erteilten Insertionsauftrages erstellt werden muss. Die Einsparung, multipliziert mit etlichen dutzend Inseraten täglich, ergibt jenes Quantum, das die Amortisation der Investition mehr als leicht macht.

Peter B. Müller bekleidete nach seiner kaufmännischen Ausbildung sowie kontinuierlicher Weiterbildung in den Bereichen Verkauf, Betriebswirtschaft und General Management diverse Führungsfunktionen in verschiedenen Industriezweigen. Ab 1991 fokussierten sich seine beruflichen Aktivitäten auf die Personalbranche, wo er zunächst als Geschäftsführer und Inhaber einer renommierten Personalvermittlungsfirma tätig war. 1997 gründete er mit »Humanline« (heute: Jobscout24) die erste Internet-basierte Jobbörse der Schweiz.

Als Pionier brach er damals mit tradierten und überholten Formen der klassischen Stellen- und Mitarbeitersuche, indem er das Zusammenfinden (matching) von Arbeitgebern und Arbeitnehmern sowie die zugrunde liegenden Prozesse und

Workflows weitgehend automatisierte und via Internet zugänglich machte. Die neuen, crossmedialen Möglichkeiten seiner digitalen Jobbörse führten rasch zu einer hohen Akzeptanz und Marktdurchdringung. Aufgrund seiner Erfahrungen mit Humanline beschäftigte sich Müller bereits damals intensiv mit der automatisierten Erstellung von Stelleninseraten, was mit den verfügbaren Tools nicht so flexibel zu bewerkstelligen war, wie ihm dies vorschwebte.

Mit den Augen der Kunden

Nachdem sich Peter B. Müller die Gelegenheit bot, seine Anteile an der Online-Stellenplattform zu verkaufen, gründete er die unio AG und konzentrierte sich fortan auf die Entwicklung webbasierter Lösungen für das automatisierte Druckmanagement (Datenbank-Lösungen, automatisiertes Setzen, durchgängige Workflowsteuerung etc.) für unterschiedlichste Einsatzbereiche. »Vor allem aber war es meine Intention,

die jeweiligen Lösungen mit den Augen der Kunden zu sehen und dafür zu sorgen, dass sie so einfach sind, dass Bedienungsfehler kaum vorkommen können und die An- und Einlernzeiten extrem gering sind – die Ergebnisse aber in jedem Fall professionell und qualitativ hochwertig.«

Erst nach knapp zwei Jahren Vorentwicklung begann Müller mit der Vermarktung. »Weil ich da wusste, dass unsere Lösung anderen weit voraus ist. unio realisiert heute, was andere im Verlagsbereich erst versprechen oder für die Zukunft planen.«

Qualitative Stabilität

Mit Piotr Lisowski hat unio einen Projektmanager an Bord, der fundierte Erfahrungen aus der grafischen Industrie mitbringt. »Meine beruflichen Tätigkeiten konzentrierten sich schon immer vor allem auf die Kombination von Produktionstechniken der Vorstufe in Verbindung mit IT, früher EDV genannt. Diese Brücke zu bauen ist meine

Hauptaufgabe. Weil ich in beiden Welten zu Hause bin, kann ich Programmierern klar machen, welche Anforderungen qualitativ hochwertiger Satz stellt und andererseits kann ich für die Fachleute der grafischen Industrie der Übersetzer teils



Logbuch
www.druckmarkt.de

Der Druckmarkt Internet-Service für die wesentlichen und aktuellen Ereignisse in der Druckindustrie.



Setzer, Setzereileiter, Betriebsleiter und Unternehmer der grafischen Industrie, die nie etwas anderes besucht haben als grafische Fachmessen und nie etwas anderes lesen als grafische Fachliteratur, werden Mühe haben, solche Entwicklungen und Lösungen, wie sie hier real existieren und eingesetzt werden, zu verstehen, geschweige denn zu akzeptieren. Weil sie alles, was neu ist, an dem messen, was alt ist. Doch die Zukunft ist nicht linear, sie ist nicht die »Digitalisierung der Vergangenheit«.

Die Zukunft der Druckseitenproduktion ist längst völlig neu erfunden worden. Überhaupt nicht mehr mit dem bisherigen Produzieren vergleichbar. Denn beim Tradierten ist es immer der Mensch als Fachmann, der Vorgaben und Ideen zu druckfertigen Elementen oder Seiten formt. Egal wie, egal mit welchem Werkzeug. Modernes Publishing ist »mannloses« Setzen. So wie Fliegen heute mannlos ist, weil Piloten den Flugcomputer programmieren und überwachen, aber das Flugzeug im eigentlichen Sinne nicht fliegen. So werden auch »Setzer« (soweit es sie überhaupt noch gibt) in Zukunft Satzcomputer programmieren und allenfalls noch einen Blick auf das Ergebnis werfen. Was heißt werden? Sie tun es längst und in großer Anzahl, vor allem außerhalb der grafischen Industrie. Denn für Berufstätige aus anderen Branchen ist Automatisierung heute längst Normalität. Maschinen, Computer eingeschlossen, haben »das Arbeiten«, das körperlich-praktische Tun (wozu auch Tippen auf Tastaturen gehört) übernommen. Kein Mensch baut mehr wirklich ein Auto. Es wird von Produktionsrobotern gebaut. Warum es keine Satzroboter geben soll, versteht außerhalb der grafischen Branche ohnehin niemand.

Schlimmer noch: Inzwischen ist diese Hightech-Branche Druck durch ihr Verharren in Arbeitsabläufen, die längst anachronistisch und hemmungslos altmodisch sind, der Lächerlichkeit preisgegeben. Man schüttelt den Kopf und Sätze wie »Die in der Druckindustrie lernen es nie« hört man von Print-buyern nur zu oft. Gut, dass es da einige gibt – aber leider eben viel zu wenige gibt – die die Zeichen der Zeit erkannt haben und voll in die moderne Welt des Database-Publishing eingestiegen sind, sollte nicht unerwähnt bleiben. Mit teils sensationellen Erfolgen und in keinem seriös bekannten Fall mit einem Flop. Und so darf man heute getrost sagen: Wer solche Lösungen, wie sie hier exemplarisch vorgestellt werden, nicht einsetzt, beherrscht, vorbereitet hat oder willens ist, sich ab sofort intensiv damit zu beschäftigen, gehört in eine Welt, die sich auf das Museum vorbereitet. Es mag noch so hart und bitterböse klingen. Aber ich habe seit mindestens zwei Jahren keinen mir seriös erscheinenden Fachmann gehört, der anderes gesagt hätte. Was für die, die bereits gut auf dem Wege sind, gleichzeitig eine Ermutigung sein soll, dem Einstieg die konsequente und durchaus auch radikale Nur-noch-Nutzung von Database-Publishing zu forcieren. In höchstens fünf Jahren sind Setzer (egal, welcher Name der Beruf dann hat), die händisch und einzeln große Mengen oder permanent Daten in vorgegebene Layouts übertragen, eine Ding der Unmöglichkeit. Falls das Geld reicht, so lange zu warten.

Hans-Georg Wenke

komplexer IT-Belange sein. Eben diese Position als Bindeglied macht es Betrieben der grafischen Industrie leicht, erfolgreich in die web- und datenbank-basierte Produktion einzusteigen, ohne selbst Fachpersonal einstellen zu müssen. Und den Unternehmen, die selbständig Druckvorlagen herstellen wollen ohne grafischer Betrieb zu sein, kann ich den Weg zur qualitativen Stabilität ebnen und sie vor typischen Fehlern und Inkompatibilitäten bewahren.«

Piotr Lisowski, seit Jahren schon »gib«Zürich-Dozent, macht vor allem kleineren Unternehmen der grafischen Industrie Mut: »Mit unio-Lösungen zu beginnen heißt nicht, enorme Vorinvestitionen leisten zu müssen. Da man auf spezifische Aufgabenstellungen zugeschnittene Varianten des Programms bestellen und in kürzester Zeit via Internet nutzen kann, lässt sich für jeden Anwendungsfall die Rentabilität berechnen. Viele wissen gar nicht, dass man selbst bei kleineren Projekten auf Dauer viel Geld sparen kann.«

Zweite technische Revolution

Peter B. Müller nennt das derzeitige Hauptprodukt von unio, die automatisierte Erstellung/Erfassung, Verarbeitung und Ausgabe von Insertionen eine »zweite technische Revolution im Verlagsbereich«. Er ist davon nicht nur überzeugt, sondern kann auch transparent vorrechnen,

welche Wirtschaftlichkeitspotentiale für Verlage und Vermittler nutzbar gemacht werden können: »Damit lässt sich die leidige Margensituation nachhaltig verbessern.«

Dies gilt im klassischen Anzeigengeschäft ebenso wie im Akzidenzbereich: »Arbeitsschritte werden drastisch reduziert, manuelle Teilprozesse werden überflüssig und die Qualität wird unabhängig von einzelnen Personen stabilisiert und garantiert.« Insofern sind sämtliche Lösungen von unio keinesfalls nur Werkzeuge für den Produktionsbereich in Druckereien, sondern auch für Verlage sowie für Agenturen mit eigener Prepress- bzw. Premedia-Produktion von Bedeutung und Nutzen.

»Unsere Lösungen verbinden Design und Druckerei – medienbruchfrei«, sinniert Peter B. Müller und freut sich auf weitere Kontakte mit interessierten Unternehmern und Verlegern.

➤ www.unio.ch