

Von Dipl.-Ing. Hans-Georg Wenke

MediaSpider: Schlüsselfaktor Datenmanagement

Ringier entwickelt Lösung für die internetbasierte Druckseitenproduktion

PRODUKTENTWICKLUNG



Eigentlich muss man nur einen Schalter im Kopf umstellen. Wenn das öffentlich-zugängliche

Internet, das WWW, eine »über die Welt verstreute Mega-Bibliothek« oder anders ausgedrückt »die Summe dessen ist, was die Welt weiß und was an Informationen existiert«, dann müsste das Internet doch eigentlich auch die ideale Basis für alles sein, was nicht für die Nutzung auf Bildschirmen und Bürodruckern geladen wird, sondern auch für die gesamte Medienproduktion, also auch für Printmedien. Dann wäre »das Netz die weltweit zugängliche Datenbank«.

Bei Ringier in Zofingen hat man diesen Gedanken in ein Programm gefasst und vermarktet es jetzt. Der Schalter im Kopf ist also bereits auf »full net speed« gestellt.

»MediaSpider ist eine Software zur Verarbeitung und Verwaltung von Mediendaten über das Internet.« So sagt es der schmale Produktprospekt. »Kennst man doch!?« ist der erste, spontane Eindruck, »aber woher?«. Und dann steht da auch sofort die Frage im Raum: »Ja, gibt es das denn nicht schon längst, das müsste doch eigentlich selbstverständlich sein!?«. Diese letzte Frage und Bemerkung ist um so logischer, je mehr die Person, die sie stellt, von der Druckindustrie entfernt ist.

e-Procurement. Wie bitte?

Woher man den Ansatz kennt, lässt sich schnell aufklären. Nämlich von den Diskussionen um und über das Thema e-Procurement. Warum es bisher nicht wirklich funktioniert, hat die gleiche Quelle. e-Procurement geht das Vorurteil voraus, es funktioniere nicht. Obwohl sich fast schon »im Geheimen« immer mehr solche Lösungen etabliert haben (siehe unser Beitrag ab Seite 18 dieser Ausgabe). MediaSpider könnte eine von ihnen sein.

Das Programmkonzept beruht auf der Logik des Netzes. Die besagt, dass Ressourcen physikalisch dezentral verteilt gelagert, aber zentral und konzentriert per Upload und Download verfügbar und nutzbar gemacht werden können und sollen. Genau das ist in der heute üblichen PrePress- und Pre-

Media-Vorstufe nicht der Fall. Dort liegen die Daten immer noch dort, wo gerade dran gearbeitet wird.

»Und das ist nichts anderes, als die früheren analogen Auftragsunterlagen samt Auftragstasche zwar digitalisiert zu haben, aber immer noch in Taschen und Tüten von Platz zu Platz zu schleppen«, analysiert Jan Voermann, der Product Manager für das Projekt MediaSpider.

Die Tüten heißen heute CD-ROM oder ISDN-Anschluss, aber sie funktionieren wie früher. Alles rennet, rettet, flüchtet und ruft hilflos: Wo sind die Daten, wer hat den Auftrag, welche Bearbeitungsstufe ist das, hat da schon jemand Korrektur gelesen oder das ok gegeben und überhaupt, was ist denn jetzt Sache?

Serverplatz ohne Ende

Völlig unnötig, schmuzzelt Voermann, »es gibt doch ein Netz und es gibt Server, die man von überall her füttern und abrufen kann.«

Solche Server bietet Ringier im Rahmen seiner MediaSpider Soft- und Orgware-Lösung an. Und kein Kunde

muss sich mehr darum kümmern, wo dieser Server steht, wie groß er ist. Ringier garantiert Serverplatz ohne Ende, selbstverständlich, in immer ausreichender Dimension und Verfügbarkeit, gesichert und gespiegelt, passwortgeschützt und ausfallsicher.

Wie grundsätzlich im Internet muss es niemanden interessieren, ob dieser Server eigentlich zwei oder zehn Maschinen oder Laufwerke umfasst, im gleichen Gebäude auf der obersten Etage oder in Honolulu bei einem Provider gut gekühlt im Keller steht. Verfügbarkeit ist alles.

Ganze Ketten an Funktionen

Natürlich kann man das Programm mit all seinen Eigenschaften auch solo kaufen. Dann sorgt dieser Investor für den nötigen Speicherplatz und entsprechende Server. Ringier tritt also in doppelter Funktion auf: als Hersteller und Vertreiber des Programms, gleichzeitig auch als ein Provider, der das Programm nutzt, um es seinen Kunden anzubieten und im Rahmen laufender Publikations-Projekte einzusetzen.

Die Benutzung der Komplettlösung, egal wo installiert, regelt das Netz. Ein simpler Browser, so wie man ihn alle Tage benutzt, genügt. Nach Auswahl einer entsprechenden Domain-Adresse und nach Eingabe verwalteter Passwörter öffnen sich befugten Personen Up- und Downloadmöglichkeiten sowie ganze Ketten von Nachrichten- und Testierfunktionen, die über Zustände von Dateien und den Ablauf ganzer Projekte Auskunft geben und damit eine »Remote-Organisation« und ferngesteuertes Organisieren ermöglichen. Datenvolumina, die Datenbank-Organisation, Anzahl und Art der Zugriffsrechte können so unterschied-





MediaSpider erlaubt Konvertierungen und Umrechnungsparameter für PostScript- und PDF-Dateien (links) und ermöglicht die Darstellung ganzer Formen und den Zusammendruck ebenso wie die Darstellung als Separation: für RGB, CMYK und beispielsweise für den Verpackungsdruck mit bis zu 16 Sonderfarben.

lich sein wie es die Projekte sind, deren Produktion damit optimiert werden soll. Da kann eine Druckerei – logisch, dass Ringier das Programm für die eigenen Objekte und (internationalen) Kunden intensiv nutzen wird – mit und für alle Kunden Objektdatenbanken samt gestaffelten Zugriffsrechten einräumen.

24 Stunden x 365 Tage Verfügbarkeit

Und es sollen, können oder müssen auch die Sub- und Vorlieferanten einbezogen werden, die Fotografen und Designer, die Produzenten und die Leute vom Archiv, zum Beispiel. Eben alle, die am Herstellungsprozess beteiligt sind. Aber keiner liefert oder bekommt mehr Daten auf Diskette, CD-ROM oder ISDN-Standleitung, keiner muss sich in fremde Netze einloggen, zu und auf denen man im Zweifelsfall ohnehin keine Verbindung und Zugriff bekommt. Aber jeder kann zu jedem Zeitpunkt sehen, tun, organisieren, was seine Aufgabe ist. 24 Stunden täglich, 7 Tage die Woche, 365 Tage im Jahr. Eben über die permanent geöffnete MediaSpider-Datenbank im WWW. Solch einen Account, wie der Fachterminus heisst, kann aber auch eine Agentur anlegen, die mit dutzenden von Druckereien oder Freiberuflern zu tun hat. Oder ein Verlag, der zig freie und feste Mitarbeiter, Redaktionen, Agenturen zu einer Produkti-

onsstrecke koordinieren muss. Der riesige Vorteil, den es als Bonus schon einmal vorweg gibt, wenn man das Verfahren wählt: Jeder Zugriff wird protokolliert, die Frage, wer was schon geliefert, gesehen, genutzt, verändert hat, erübrigt sich vollständig. Es steht in den Daten geschrieben. Ein solcher Prozess wäre nur ein halber, wenn nicht auch die Automatismen eines digitalen Workflows darin eingerichtet wären. Die Nutzung von Proof- und Konvertierfunktionen, automatische Terminüberwachung und die sofortige Weitergabe von Warnmeldungen bei vorher definierten Ereignissen sind individuell einrichtbar. Man kann also alles das tun, was ein gut organisiertes Unternehmen ohnehin tut, ohne dass alle, die am Prozess beteiligt sind, räumlich und zeitlich an einem Punkt zusammenkommen oder -bleiben müssen.

Kontrolle bis zum letzten Pixel

MediaSpider bedient alle Ausgabegeräte, die man ans Internet »anknüpfen« kann. Das bezieht auch Hot-Folders (mit automatisch angestoßenen Prozessen) und exakt definierte Workflows auf Ausgabe- und Verarbeitungsgeräten wie RIPs oder Printern ein. Softproofs sind eine Selbstverständlichkeit. Und innerhalb dieser Softproofs wiederum ist eine heute gängige Technologie eingearbeitet, die es ermöglicht, immer nur die Datenmenge in der

Auflösung durchs Netz zu schicken, die gerade auf dem anfordernden Bildschirm gebraucht wird. Nehmen Sie eine mächtige, mit hochauflösenden Bildern gespickte und ausgeschossene 32-Seiten-Druckform. Wenn Sie sich diese in Höchstauflösung anschauen wollten, hätte selbst eine schnelle Browser-Internet-Verbindung stundenlang zu tun. So aber präsentiert sich im Bildschirm nur eine thumbnail-große schemenhafte Darstellung. Der Klick auf eine Seite oder die Benutzung der Lupenfunktion vergrößert das Bild, die Datenmenge entspricht immer der Bildschirmauflösung. So »tief« man sich auch in ein Bild klickt, bis zur zigfachen Vergrößerung eines einzelnen Pixels, immer nur der betrachtete Bildschirminhalt geht übers Netz und damit bleiben Datenmengen klein, obwohl die Kontrolle bis an den letzten Pixel reicht.

Datenbank-Workflow ...

Eingebettet in MediaSpider und seine Datenbank sind natürlich auch alle Arten von Verschlagwortung und damit der Möglichkeit, nicht nur Seiten, sondern einzelne Elemente wie Bilder, Grafiken, Textpassagen usw. isoliert abzulegen, die dann irgendwann irgendwie von irgendwem gesucht oder genutzt werden. Dem System ist es gleichgültig, ob das zu bearbeitende Element Bild oder Seite, Druckform oder Wordfile heisst. Es geht um Daten, die hinter-

legt, gesichert, sortiert, organisiert oder abgerufen werden.

... und Internet-Lösung

Doch für Bilder und Druck- bzw. Bildschirmseiten hält das Leistungspaket eben Generatoren bereit, die PS- und PDF-Daten optimieren, kontrollieren, Farben separieren und Bilddatenformate in die jeweils dem Produktionsweg oder Output gerechte Form umrechnen bzw. konvertieren. Die mit Hilfe der kombinierten Datenbank-Workflow- und WWW-Lösung einrichtbaren Prozesse lassen sich durch Systemadministratoren flexibel verändern; durch entsprechende Rechte können mit der Lenkung des Workflows beauftragte Personen jederzeit den gesamten Datenfluss oder Teile davon sehen, lenken, disponieren.

>

mediaforum

- führender Internet-Stellenmarkt für Print+Publishing
- täglich aktualisiert
- schnell und übersichtlich...
- ...und erst noch kostenlos!

Die aktuellen Angebote unter:
www.mediaforum.ch



Von Dipl.-Ing. Hans-Georg Wenke

Aufträge werden zu Projekten

Ringier formt ProfitCenter, neue Kernkompetenzen und Umdenk-Prozesse

BACKGROUND



Ringier ist, mit Verlaub, in der Schweiz eine Institution. Und solchen scheinbar in Granit gemeißelten Landmarken der Branche traut man meistens keine Flexibilität zu, was in manchen Fällen auch seine Berechtigung haben mag. Ringier hat zwar als größter Medienbetrieb der Schweiz nicht den Anspruch auf die Flexibilität von Klein- und Mittelbetrieben erhoben. Doch die Geschäftsleitung traf Entscheidungen von firmenhistorischer Bedeutung: die einzelnen Segmente werden unabhängige ProfitCenter, die ihre Kernkompetenzen auf Profitabilität ausrichten müssen.

»Und auch deshalb brauchen wir geräte- und auftragsunabhängige Anteile an der Wertschöpfungskette«, sagt Olaf Forte, der die seit 2000 unabhängige Ringier-PreMedia mit rund 230 Mitarbeitern leitet. An den beiden Standorten Zofingen und Zürich werden jährlich rund 50.000 Farbseiten produziert, und daher sieht Forte »unsere Ausrichtung fast schon mehr als Media-Warehouse denn als klassischer Vorstufenbetrieb«.

Denn zu den neu gestalteten, für intensiven Ausbau vorgesehenen Aktivitäten zählen Datenbanken, Web-Design, e-Commerce und beispielsweise CD-Rom oder DVD-Produktion. Logischerweise auch dynamischer Digitaldruck für Individualisierungen und Personalisierungen, die ganze Palette des CrossMedia. Und als intensiviertes Segment Software, zunächst mit MediaSpider als ein prototypisches Stand-alone-Produkt, das auf den Erfahrungen eines hoher Produktionsgeschwindigkeit und -sicherheit verpflichteten Verlags- und Medienhauses basiert, vor allem aber vom Aufbruchgeist der neuen »Sowohl Print-Tradition als auch IT-Innovation«-Generation inspiriert ist.

Insofern verbindet MediaSpider auch nicht zwei Welten, sondern ist ein Beispiel für die Integrationsfähigkeit der »Neuen Medienrealitäten«.

Dazu gehört, sagt Olaf Forte, »dass es uns und anderen Medienproduktoren gelingen muss, die beiden

mental Welten zusammenzubringen und zu koordinieren. Wir müssen lernen, dass Daten unsere Welt sind. So stellen wir jetzt konsequent auf die digitale Vorstufe um. Weil Computer-to-Plate funktioniert und sicher ist, gibt es keinen Grund, analoge Umwege zu machen.«

Hochinteressant in diesem Zusammenhang, was Olaf Forte festgestellt hat: »Das Redigitalisieren hat ausgedient. Und vor allem ist es keine Dienstleistung am Markt, die irgend jemand interessiert. Potenzielle Kunden wie Museen oder Archive haben ihre Schätze längst selbst digitalisiert.«

Von alten Abläufen lösen

Für ihn sind »Daten Produktionsmaterie und Kontrollinstanz zugleich«, und das müsse »sowohl den Kunden und Partnern wie intern der eigenen Mannschaft voll bewusst sein.«

»Media-Warehouse zu sein ist nämlich auch ein ganz anderer Marketing-Ansatz«, sagt Forte, »wobei wir vor allem im Markt noch darum kämpfen müssen, auch auf kreativem Sektor als kompetent anerkannt zu werden. Auf den technischproduktiven Sektoren hat der Markt ohnehin Vertrauen in unsere Lösungen.«

Weil diese digitale Daten- und Produktionswelt aber zugleich auch eine mobile ist und eine, die der ständigen Veränderung unterliegt, hat Olaf Forte an zwei Fronten Veränderungen vor sich. »Wir müssen

intern Arbeitsabläufe umstrukturieren, vor allem darauf achten, dass wir nicht aus analogen alten Technik-Welten stammende Abläufe beibehalten. Und das schließt ein, dass sich Teams und Funktionen neu strukturieren müssen, mal mehr und mal weniger.« Und er muss, wie er sagt »auf der Basis von Fair Play mit Kunden und potentiellen Kunden nach mehr virtuellen Verbindungen und Abläufen suchen. Dazu bietet sich das Web von selbst an. Und deshalb ist MediaSpider nicht nur für uns ein Produktionswerkzeug, sondern zugleich auch für unsere Kunden ein Organisationstool, das die maximale Flexibilität erlaubt. Denn weil die Zugriffe www-basiert sind, spielen Orte und Zeiten keine Rolle mehr.«

»Aufträge werden zu Projekten«, ist eine Erkenntnis von Olaf Forte. »Das ist keine Wortklauberei, sondern besagt definitiv, dass Kommunikation und strategische Planung nicht nur Erfüllungsgehilfe der diktatorischen Produktionswege sind, sondern die Produktionsvielfalt im Sinne von cross-medial wechselnden, unterschiedlichen Ansprüchen gerecht wird.«

Beratung, Projektierung und Produktion sind also drei gleichberechtigte Wertschöpfungsfaktoren und zugleich die drei neuen »Produktlinien« von Ringier PreMedia, zu dem sich als logische Ergänzung möglicherweise auch der neutrale Vertrieb eigener Softwarelösungen gesellen kann.



Für Olaf Forte, Leiter PreMedia bei Ringier, sind »Daten Produktionsmaterie und Kontrollinstanz zugleich«, und das müsse »sowohl den Kunden und Partnern wie intern der eigenen Mannschaft voll bewusst sein«.

»MediaSpider verändert die Arbeitsweise mit Auftragsunterlagen samt Auftragstasche zwar nicht grundlegend, allerdings läuft alles virtuell und digital«, analysiert Jan Voermann, der Product Manager für das Projekt MediaSpider.



Beurteilung

Ringier hat mit MediaSpider eine logische Lösung vorgestellt. Dass sie funktioniert, lässt sich anhand von ersten Anwendungen belegen. Personen und Architektur, so wie wir es beim Interview-Gespräch kennenlernen konnten, machten einen zuverlässigen Eindruck, eben »Ringier-like«.

Eigentlich sollte dieses Programm rasch Verbreitung finden, unterstellt, es zeigen sich nicht noch Bugs, die bisher nicht bekannt sind. Aber neben der eigentlichen Qualität des Programms gibt es noch drei Faktoren, die dieser Software den Erfolg möglicherweise ein wenig schwerer machen könnten.

Software vom Wettbewerb?

Der erste davon: Das Programm kommt aus einem Haus, das man als Wettbewerber ansehen könnte. Und wie sollte man sicher sein, dass Ringier einem nicht »in die Karten guckt«?

Wäre zu erwidern, dass allein der Gedanke schon unseriös sein könnte, geschweige denn ein Unternehmen von dieser Reputation überhaupt solche Gedanken hegen könnte, wenn es sich nicht bis auf die Knochen blamieren wollte. Hier also Vertrauen zu verweigern, wäre kurzfristig. Außerdem ist Fakt: Wer das Programm kauft und bei sich selbst installiert ist von Ringier nicht »einsehbar«.

Preise sind relativ

Zweitens: der Preis. Wie alle e-Procurement-Lösungen erfordert auch diese Applikation einen Erstaufwand, der sich erst im Laufe der Nutzung amortisiert. Sicherlich wird es für Dritte, die sich mit diesem Programm befassen, nicht auf Anhieb »jede Menge« Anwendungen und Anwender geben, sondern nur einzelne Fälle. Doch muss man erst einmal eine durchaus beachtliche Summe in die Grundinvestition zahlen. Also wird MediaSpider, wie andere Lösungen seines Genres, eigentlich zur Gretchenfrage: Ist man denn schon bereit fürs total digitale Zeitalter und willens, sich konsequent den Zeitläufen anzupassen?

»Reinvent your Business«

Und damit Drittens: Alles ändert sich. MediaSpider ist eins jener Programme, von denen die frühen Internet-Propheten geschwärmt und gesprochen haben. Einer der bekanntesten unter ihnen, Nicolas Negroponte, Mitbegründer der berühmten MIT-Laboratorien, forderte schon zu Anfangszeiten des WWW: »Reinvent your business on the web«. Er meinte damit eben nicht, nur ein paar e-Mails zu schicken oder andere kleine Aktivitäten im Netz zu entwickeln, sondern das Kerngeschäft, die zentralen Dienste, die Organisa-

tion und Produktion auf das Web zu verlagern. Und eben das heißt »re-invent«, das Geschäft neu zu erfinden, gleichsam neu zu gründen. Vor so viel Konsequenz werden viele zurückschrecken.

Brücke in die Zukunft

Die Bedenken jedoch sollten um so mehr in den Hintergrund treten, desto größer der reale Druck auf alle wird, sich über die bisherigen Grenzen des Materiellen hinwegzusetzen. Die jederzeitige Allverfügbarkeit, die konkrete Globalisierung mittels Netzen ist unverzichtbare Grundlage des Wirtschaftens. Also brauchen wir Werkzeuge, die solch ein Verhalten ermöglichen.

Kommt noch hinzu, dass die jetzige MediaSpider-Version eine Basis ist, die um so vielfältiger, individueller und besser werden kann, je intensiver sie auch von Dritten genutzt wird.

Ohne dass wir dieser Version und Lösung nun Einzigartigkeit zusprechen und mehr testieren können, als bei einer Präsentation zu sehen ist, ist sie wohl ein Angebot an die Branche, dass der intensiven Prüfung wert ist, weil es in Funktionalität und Struktur nicht nur neue Maßstäbe setzt, sondern eben eine logische Brücke in die Zukunft der Druckindustrie schlägt.

> www.mediaspider.ch

