



B LITZ TRAINING GEGEN

MESSE- STRESS

Gewappnet sein gegen allerlei verbalen Unfug und Unrat. Das dürfte wohl das wirkungsvolle und stresshemmende Mittel gegen die Messe-Narkotika wie Altbier, Argumentationskeulen und pseudofachspezifische Redeschwall-Anfälle sein. Und was Sie dazu wissen sollten, haben wir hier in einigen Überlebensregeln zusammengetragen.

Selten wurde eine Messe der grafischen Künste mit einer solchen Spannung erwartet wie die kommende drupa. Natürlich der technischen Neuerungen wegen. Doch die hat es zu jeder Messe gegeben; dafür sind Messen da. Diese drupa soll aber außerdem wieder Schwung in die druckende Industrie bringen.

Doch zwischen all dem technischen Altbier und sprudelnden, leicht zu Magenkatarrh führenden Rauscher-Technik-Explosiv-Drinks das Richtige zu finden, ist fast schon die Aufgabe eines weisen Philosophen.

Deshalb: ohne diesen Grundkurs Blitz- und Überlebenstraining sollte sich niemand in die Höhle der grafischen Löwen wagen.

Wer wissen will, was ihn auf der drupa-Technikorgie in Sachen Bildverarbeitung, Publishing, CtP, Workflow, Druckformenherstellung, Druck, Weiterverarbeitung, Netzwerke, Kompatibilität und dergleichen mehr von Prepress über Press bis Postpress erwartet, dem sei angeraten – quasi zur Übung – vorher einmal mit seinen Kindern, der in Ehren alt gewordenen Patentante, den Kollegen im Sportverein oder auch sich selbst einmal erklären, was heute ein Mobiltelefon ist, wie es funktioniert, was man damit machen kann, warum es auch ins Internet funken kann und die altgewohnte Fotokamera nicht mehr vonnöten ist, da man ja ein Telefon hat.

Wem es gelingt, weiß, was es heißt, komplexe Technik simpel darzustellen. Wem nicht, weiß, was die Verkäufer und Instruk-

toren auf der drupa zu leisten haben. Sie müssen die ganze Welt in fünf Minuten erklären oder das, was keiner wissen will, so interessant darstellen, dass jeder befürchtet, etwas zu verpassen, wenn er sich nicht damit beschäftigt.

Ääh. Tja ..., oder?

Also üben wir doch schon einmal. Vielleicht an einer solch einfachen Frage wie »Was ist Drucken?« Tief Luft holen, und los geht's: »Also, Drucken ist, äh, ist äh, äh, also Drucken ..., ja wie soll ich sagen, also Drucken, ja, ...« Ja, was? Seh'n'se.

Druck ist, wenn geordnete Buchstaben und bunte Bilder auf weißem Papier hinten rauskommen. Wie geordnet und wo – das sei zunächst einmal dahingestellt.

Oder fachlich etwas korrekter: Drucken, das ist heute der JDF-geschwängerte Datenfile. Drucken, das ist der PDF-geproofter Datenfile. Drucken, das ist der netzbasierte Workflow. Drucken, das ist Content plus Typo plus Processing. Drucken, das ist Color Management. Drucken, das ist Ripping. Sorry, ist das nicht Datenverarbeitung? Ja, auch, aber es ist auch Drucken.

Fragen wir also, wonach Sie fragen sollen

Sie ahnen, was unser Beispiel zeigen soll. Je komplexer die Zusammenhänge, desto wichtiger wird es, dass man klärt, über was man sich im Detail unterhalten will. Und genau an dieser Stelle werden sie in Düsseldorf auf der drupa immer wieder in die Falle laufen. Daher unser Rat: Bevor Ihnen jemand etwas erklärt, sagen Sie ihm klipp und klar, was Sie wissen wollen. Erklären Sie jemanden, der Ihnen etwas erklären soll, was Sie wissen und kennen. Erst dann können Ihnen seriöse Beraterinnen und Berater wirklich Rat und Auskunft geben. Informationen ohne Bezug zu Ihren persönlichen, konkreten Fragen, Zweifeln, Ängsten, Sorgen, Nöten, Visionen, Hoffnungen, Ideen, Assoziationen sind Informationsmüll, der sie fix und fertig machen wird.

Gehen Sie nicht zur drupa mit der Absicht, dort etwas zu finden. Gehen Sie dorthin, um etwas zu suchen. Antworten auf Ihre konkreten, nicht auf allgemeine Fragen.



Wenn Sie dieses Beispiel – und es ließen sich hunderte aus dem vollen Leben greifen – auf die Drucktechnik übertragen, dann haben Sie bereits die erste Erkenntnis für diese drupa gewonnen: Denn Drucken ist eine Funktion, kein Gerät und keine bestimmte Technik.

ÜBERLEBENSREGEL I:

Der Preis ist die interessanteste Nebensache der ganzen Investition. Fragen Sie nie nach dem Kaufpreis, sondern nach der Leistung des Systems, die Sie in Umsatz ummünzen können! Zu hinterfragen ist also nicht die Takt-rate der System-Leistung, sondern die Taktrate Ihrer Rückzahlungs-Verpflichtungen.

Sich dumm stellen

Wer zur drupa geht, vergesse das Wörterbuch nicht! Welches? Ach, alle! Wäre es doch nur Englisch oder Chinesisch – das zu übersetzen ließe sich regeln. Doch Sie werden mit viel schlimmerem Kauderwelsch verwirrt, mundtot oder denkmürbe gemacht. Da fliegen Ihnen Vokabeln wie crossmediale Industrie-Plattform, JDF und CIP4, Interoperabilität und und und nur so um die Ohren. Wir garantieren Ihnen schon jetzt, dass Ihnen mindestens 25 mal am Tag die Aussage begegnen wird: Wir sind absolut kompatibel zu allen JDF-Work-

KRAWATTE & CO

Wir wollen hier natürlich keine Verkäufer verunglimpfen, ihre Tätigkeit abwerten oder gar diesen Beruf in Misskredit bringen. Denn auch Sie, verehrte Leser, sind zuweilen gezwungen, Dienstleistungen oder Produkte an die Frau, an den Mann bringen zu müssen. Und all das gegen starken Wettbewerb. Deshalb kann dieses Blitztraining möglicherweise helfen, Sie und den Verkäufer auf der Messe erst gar nicht in die Verlegenheit zu bringen, über technisch völlig abstrakte Begriffe zu philosophieren, die sich selbst die Damen und Herren Programmierer auch nur in mühseliger Kleinstarbeit angeeignet haben. Sollte es dennoch einen Ausreißer geben, kann das nur auf den Stolz des einzelnen zurückgeführt werden, jetzt ein System anzubieten, das mit soundsoviel bislang unerreichter Power... na, Sie wissen schon.



KEINE DISKUSSIONEN!

Verkäufer sind keine Hard- und Software-Entwickler. Verkäufer, Vorführer und wer auch immer, wollen Ihnen im Grunde nur die Anwendung eines Systems näherbringen, Ihnen die Leistung des bestimmten Gerätes verkaufen. All das, was sich unter der Haube verbirgt, sind Voraussetzungen, die das Funktionieren der Anwendung ermöglichen. Deshalb unser Tip: Lassen Sie sich nie auf eine Diskussion über die Voraussetzungen ein, sondern erfragen Sie deren Auswirkungen und Konsequenzen. Denn schließlich wollen Sie damit Geld verdienen.

flows! Oder unsere Daten sind absolut medienneutral. Dazu wird der Verkäufer, Vorführer oder wer auch immer nur noch die Augenbrauen hochziehen, Sie angucken – und keinesfalls eine Antwort, sondern ehrfürchtiges Schweigen und das sofortige Einstellen weiterer Fragen erwarten. Fragen Sie trotzdem, laufen Sie Gefahr, für einen dummen Hinterwäldler gehalten zu werden. Dazu:

ÜBERLEBENSREGEL 2:

Nichts besseres kann Ihnen passieren. Denn nur durch ganz einfache Fragen bringen Sie die Damen und Herren Alleswisser dazu, zu stottern und beim fünften Erklärungsanlauf zuzugeben, dass dies mit einem Satz gar nicht zu erklären sei. Eben. Das ist es auch nicht! Die Aussage, man bediene sich bestimmter Standards oder sei offen, respektive kompatibel zu wem auch immer, ist ungefähr so wertvoll wie die Bemerkung Ihres Autoverkäufers, das von Ihnen beliebig gelte sei straßentauglich. Ja, was denn sonst?

Wer über nichts zu reden hat als über Offenheit und Kompatibilität und Standards, hat über sonst auch nichts zu reden. Der redet

allenfalls über die Voraussetzungen, nicht aber über den Nutzen seiner Geräte oder Programme.

Und die sind üblicherweise auf das abgestellt, was sich Lieschen Produktentwicklerin und Otto Normalprogrammierer so unter Druck und so weiter vorstellt. Gerade die Programme und Applikationen aber sollten abgestimmt sein auf das, was Sie brauchen, um wirtschaftlich zu arbeiten. Und nicht auf das, was sogenannte Standards vorgeben. Hier daher die lebenswichtige:

ÜBERLEBENSREGEL 3:

Fragen Sie nie, was ein System kann. Fragen Sie immer, was es für Sie tun kann. Nur so – und wirklich nur so – werden Sie verstehen, wen oder was Sie jeweils vor sich haben. Fragen Sie nicht nach der irgendwo verborgenen Technik oder nach Betriebssystemen, sondern fragen Sie nach der Art, der Geschwindigkeit, dem Lern- und Bedienungsaufwand zur Erledigung Ihrer – und wirklich nur Ihrer Aufgabenstellungen.

Farbe – der Knüller der drupa

Der Knüller dieser drupa heißt nicht etwa, wie viele Glauben machen wollen JDF, sondern zum x-ten Male Farbe. Das ist einfach so. Denn um nichts anderes geht es auch 2004: Farbe kontrolliert und wirtschaftlich zu Papier zu bringen. Ganz egal mit welcher Art von Druckmaschine.

Das Thema Farbe bestimmt die Messen bereits seit den frühen 80er Jahren. 1982 zogen die ersten echten Computer massiv ein. Datenkonvertierung und die Diskussion um offene Komponenten, Programme, Formate, die auf Satzsystemen laufen sollten, formten die späteren Einkaufswunschlisten. 1986 wurde die Schwarzweiß-Bildverarbeitung in den Satz integriert, DTP ließ je nach Mentalität Furcht oder Euphorie aufkommen. Jedenfalls war klar: Satz war nicht nur ein Teilbereich der Druckvorstufe – Satz wurde die Druckvorstufe. Allerdings konnten damals noch die riesigen Reprosysteme alleine schon durch ihre Preise glauben machen, Farbe sei eine Domäne nur für Spezialisten. Wenige Jahre Evolutionszeit jedoch haben genügt, um Farbbildsystemen überschaubare Dimensionen und

Preise beizubringen. Schuld daran waren die überproportional gestiegenen Leistungswerte der Computertechnik.

Denn nun passten – viel dramatischer ist die Ursache überhaupt nicht – die zur Farbbildverarbeitung nötigen Datenmengen sowohl in die Verarbeitungsgeräte (sprich Normal-PCs) als auch in die internen und externen digitalen Speichertöpfe. Und das alles war plötzlich zu bezahlbaren Preisen kaufbar!

Rennbahn Elektronik

Dieser kurze Schwenk in die Vergangenheit ist nur deshalb interessant, weil sich eben dies zu wiederholen scheint. Zwar redet inzwischen niemand mehr von Satz oder Reproduktion, sondern nur noch von Druckvorstufe.

Aber die bis vor wenigen Jahren noch schier unbezahlbare Serversysteme samt Plattenkapazität sind inzwischen auf einem Level angelangt, bei dem man über das eine oder andere Gigabyte nicht mehr nachdenkt. Im Gegenteil: derartige Systeme sind die Voraussetzung dafür, dass in der Vorstufe der Druckerei überhaupt ganze Kataloge ausgeschossen und per CtP-Platte zur Druckmaschine gelangen.

Solche technischen Evolutionen auf der Rennbahn der Elektronik haben ja auch den Digitaldruck erst ermöglicht und natürlich die Entwicklungstruppen der Hersteller nicht ruhen lassen.

Denn logisch: wer sich zum Ziel gesetzt hat, nicht bloße Maschinen, sondern vernetzbare Systeme zu bauen, die auch dem verwegenen Drucker zur Verwirklichung selbst kühnster Ideen verhelfen, dem ist jede Steigerung der Performance (wie man die Leistungsfähigkeit der Elektronik neudeutsch und summarisch nennt) mehr als recht.

Und – bevor wir es vergessen – nicht nur Elektronik und Mechanik, sondern auch die Chemie in Form von Farben hat sich weiter entwickelt. Deshalb schließlich:

ÜBERLEBENSREGEL 4:

Druck ist heute mehr als Druck. Zwar heißt Druck bei vielen Maschinenherstellern noch immer in erster Linie Druckmaschine, doch dienen System und Komponenten nur dem kontrollierten Einfärben von Papier. Farbe, Bilder, Texte und Grafiken sind allerdings nicht die einzigen Elemente – Papier, dessen Struktur und Haptik, Lacke und Gerüche haben bei vielen Druckobjekten einen gleichen, zum Teil sogar höheren Stellenwert.

Denn bei Drucksachen geht es inzwischen um Emotionen.

Will man nun dem Anspruch, den Kunden zu helfen, treu bleiben, kann man sich nicht nur einfach auf Druck beschränken, sondern muss eben die volle Bandbreite der Möglichkeiten mit einbeziehen. Und die heißen neben technischer Machbarkeit Dienstleistung, Service und Zusatznutzen.



VERSTANDEN?

Und wenn Sie wieder zu Hause angekommen sind, dann erklären Sie doch einmal Ihrer Frau (oder, verehrte Damen, Ihrem Mann), was Ihnen der Verkäufer auf der Messe erzählt hat. Wenn Ihr Partner es versteht, können Sie einigermaßen sicher sein, es auch selbst verstanden zu haben.

Text: Hans-Georg Wenke und Klaus-Peter Nicolay
Grafiken: Carlfritz Nicolay

Dieser Beitrag erschien schon einmal vor einer drupa: 1990 in der Kundenzeitschrift »Hot Dot« von Scangraphic. Wir haben das Layout nachgebaut und die Textpassagen an einigen Stellen verändert. Aber sonst ist beim »Blitztraining gegen Messestress« alles beim Alten geblieben.