

# Blitzschutz

Hauptkatalog 2003 / 2. Auflage



Die Tabakwelt von Kohlhasse & Kopp

## Katalog

# KATALOG

Produktkataloge sind eines der Hauptverkaufsinstrumente von Unternehmen und prägen gleichzeitig auch ihr Erscheinungsbild in der Öffentlichkeit. Gefordert sind daher ein ansprechendes Design, Aktualität und aus wirtschaftlichen Erwägungen heraus vor allem kurze Produktionszeiten. Systeme für die Katalogproduktion gibt es viele, an Hand drei verschieden großer Unternehmen zeigt der Bericht Wege zum Katalog – gedruckt und für das Web.

Das 150-seitige Katalogbuch 2003/2004 für den Spezialuhrenhersteller Sinn aus Frankfurt/Main zu produzieren, erforderte genau geregelte Übergabeschnittstellen. Deshalb kam es auch be-

sonders auf die Abstimmung an: Zwischen der Fotografin Silvia Frey, dem Druckvorstufenunternehmen Koch Lichtsatz und Scan, der Druckerei Werbedruck Petzold und ihrem Auftraggeber Sinn. Das Layout des Sinn-Kataloges erstellt die Firma Koch Lichtsatz, die auch die Layoutanpassungen des Kataloges übernimmt. Der Kunde kreiert über sein Marketing Texte und optische Vorgaben als Word- oder Quark-Datei.

**Bilderstellung:** Die digitalen Bilddaten liefert die Werbefotografin. Ihre Arbeit beginnt mit dem Fotografieren der neuen Uhren und kleineren Korrekturen (Unschärfmaskierung, Gradation, Lichter, Tonwerte) in der Aufnahmesoft-

### Wegweiser: Kataloge

- ▶ **Sinn-Katalogbuch**.....18  
Vom Foto bis zum Buchbinder
- ▶ **Dehn & Söhne-Kataloge** .....21  
Mit System Dataform von Stibo
- ▶ **Direktversandhaus Iba**.....22  
XML als Workflow-Basis

ware Sinar Captureshop. Die Rohdaten speichert sie auf CD. Silvia Frey schickt die »heruntergerechneten« JPEG-Daten zu

der ihr wichtigen Absprache an Sinn. Während der ein oder zwei Korrekturläufe kann Sinn auf die Aufnahmen einwirken – etwa, wie der Lichtglanz auf dem Uhrzeiger aussehen soll. Silvia Frey schätzt den zweifachen Blick: Geschmack ist das eine, aber der Blick des Technikers sorgt dafür, dass wichtige Uhrendetails nicht zu kurz kommen. Das Farbmanagement der Kamerasoftware

# IKEA

## IKEA FÜRS BÜRO

### sh your creativity

herbst-winter



# PRODUKTION

exportiert die Bilddaten mit den Einstellungsparametern im sRGB-Farbraum zum Dienstleister.

**Umbruch bis Kontraktproof:** Die digitale Druckvorstufe bei Koch Lichtsatz aus Wiesbaden-Nordendstadt ist die aktive Schnittstelle zwischen dem Kunden und der Druckerei Petzold. Von den Fotografien auf CD schickt Koch Lichtsatz einen Proof zu Sinn, die GrobAbstimmung erfolgt per PDF. Koch Lichtsatz sorgt auch für Umbruch, Farbraumtransformation beziehungsweise Separation, die Retusche und das Überfüllen. Dem Kunden schickt der Dienstleister nach der Retusche je eine Korrekturversion. Ist das Layout fertig, erstellt man einen

farbverbindlichen Korrektur-Andruck des Katalogbuches als Freigabebeleg (Kontraktproof). Auf Anforderung verschickt Koch Lichtsatz diesmal keine durch Supertrap überfüllte PDF/X-3-Datei, sondern wegen einiger nötiger Bildnachbearbeitungen offene Daten an die ausführende Druckerei. Koch Lichtsatz separiert und transformiert die Farbräume ICC-profilgestützt auf Basis des Prozessstandards Offsetdruck (ISO 12647-2), Papierklasse 1 und 2. Die Layoutstationen holen sich dann zum Teil per OPI die neuen Bilddaten vom Produktionsserver und Bilder des letzten Jahres aus dem Archiv. Um Redundanzen zu vermeiden, sind die Server vonein-

ander getrennt. Die Inhalte verwaltet der Archivserver über die Oracle-Bilddatenbank sowie eine DVD-RAM-Jukebox und führt sie den Speicher- und Produktionsbereichen zur Ausgabe oder Verarbeitung zu. Bei der Retusche und Bearbeitung der Bilder und Grafiken schauen die Mitarbeiter in hardwarekalibrierte Monitore.

Dadurch lässt sich der ICC-Abgleich zwischen Monitor-RGB und dem Druckfarbraum präzise erreichen. Den Kontraktproof gibt der Dienstleister ▶

### Silvia Frey: Technik

- Sinar p2-Fachkamera, Sinarback 23
- Zweites Kamerarückteil: Leaf DCB-2
- A3-Drucker Epson Stylus Pro 1290
- Vier vernetzte Power Mac G3, G4: für Kamerasysteme von Leaf, Sinar, zur Bildbearbeitung und für das Büro
- U.a. Adobe Photoshop, Quark Xpress
- DVD-/CD-Brenner



► auf Canon-Inkjetdruckern mit 1.440 dpi und der RIP-Software CGS Oris Colortuner 5 aus.

**Aus Xpress bis zum Druck:** Für den Sinn-Katalog, bei dem die Druckerei den Uhrenhersteller mit einem Motivandruck von der Druckqualität des FM-Rasters (10 µm) überzeugt, erhält Werbe-druck Petzold eine Xpress-Datei, Fotos als TIFF und EPS sowie einen Schriftenordner. Nachdem



**Foto Lichtsatz: Technik**

- **Transformation/Separation**  
Heidelberg Linicolor 6, Photoshop
- **Server/Serversoftware**  
Helios-Image-Server und OPI unter Solaris 8, gleichartiger Archivserver mit Oracle-Bilddatenbank und 7,5-Terabyte-DVD-RAM-Asaca-Jukebox, Create PDF Server (PDF Handshake)
- **Datenbearbeitung, Layout**  
Monitore Barco CID 421 (hardwarekalibriert), Quark Xpress
- **Kontraktproof**  
Canon W2200, Großformatdrucker W8200, CGS Oris Colortuner 5 (RIP)

alle Daten die hotfolderbasierte Prüfsoftware Flightcheck durchlaufen haben, schreibt die Druckerei Petzold innerhalb des Creo-Prinerger-Workflows eine Postscript-Datei, die mit diversen, druckspezifischen Einstellungen im Refineprozess verrechnet wird.

Farbstichige Metalltöne der Uhrengehäuse in neutrale zu wandeln – darin besteht die manuelle Hauptarbeit der Produktion. Die Daten werden zudem überfüllt, konvertiert und ausgeschossen. Auch sind in Prinerger-ICC-Profile

**Werbedruck Petzold: Technik**

- Markzware Flightcheck
- Workflow-System Creo Prinerger
- Hardwarekalibrierte Monitore
- RAID-Bandsicherung
- Messgeräte, Densitometer
- Creo-Veris-Proofers mit Best-Color-RIP (für Epson Stylus Pro 9600)
- Creo-Belichter Lotem 400 mit der Fujifilm-Platte LH-Plie
- Heidelberg Speedmaster 74

hinterlegt, die auf die Druckmaschine, eine Heidelberg Speedmaster 74, und das Staccato-Raster von Creo abgestimmt sind. So lässt sich zum Beispiel später die bei feineren Druckelementen im FM-Raster auftretende höhere Tonwertzunahme kompensieren. Warteschlangen für verschiedene Papiere berücksichtigen den Bedruckstoff und prüfen den Druckzuwachs. Petzold arbeitet mit einem Creo-Veris-Proofers und der ICC-gestützten RIP-Lösung Best Color. Das Farbmanagement nutzt dabei ein Referenzprofil für den

zu simulieren den Druck und ein Profil für die Papier-/Tintenkombination des Tintenstrahldruckers.

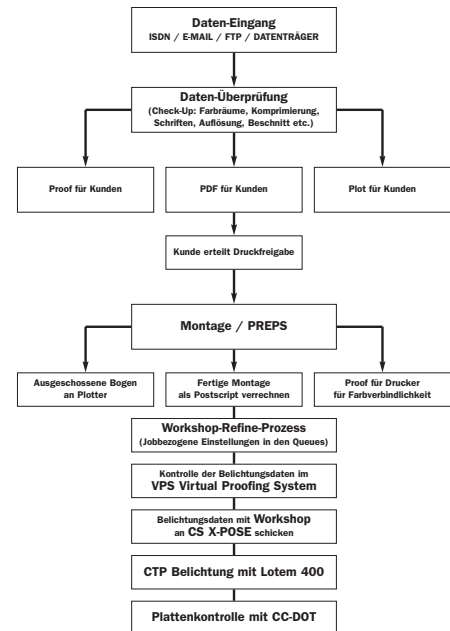
**Belichtung:** Petzold arbeitet bei der Plattenbelichtung mit diverser

Messtechnik, zum Beispiel dem Fogra-Keil, einem elektronischen Keil, den der CtP-Belichter auf die Platte, eine Fujifilm LH-Plie, mit bebildert. So lassen sich Auflösung sowie der Entwickler messen. Auch CMYK-Messkeile zur Dichtemessung werden mit belichtet. Auf jeder Platte werden Messfelder mit Tonwertabstufungen

in Fünf-Prozent-Schritten belichtet, mit einem CC-Dot 5 ausgemessen und mit der Referenzkurve verglichen. Per Densitometer folgt die Abstimmung an der Druckmaschine. Partiiell lässt die Druckerei beim Druck auf der SM 74 über eines der Farbwerke noch Lack auf manche Abbildungen auftragen.

**FM-Raster:** Die Fujifilm-Platte ist laut Geschäftsführer Peter Petzold stabil und läuft schnell – besonders beim Staccato-Raster ist das wichtig. Bei diesem frequenzmodulierten Raster sind die Punktgrößen fix, nur der variable Abstand entscheidet über die Helligkeitswerte. Petzold nennt einen Vorteil: Der scharf begrenzte Punkt laufe nicht so stark zu. Anderen Vorzügen wie die höhere Detailschärfe und mehr Tonwertabstufungen steht entgegen, dass das FM-Raster sehr stabile Produktionsbedingungen erfordert: Peter Petzold hat die Arbeits-

**Sinn-Katalog:** So hochwertig wie die Uhren sind, sollen sie im Katalogbuch 2003/2004 des Spezialuhrenherstellers Sinn durch das FM-Raster auch aussehen.



**Druckerei Petzold:** So gestaltet die Druckerei ihren Workflow – vom Dateneingang bis hin zur Plattenbelichtung.

weise seiner Druckerei umgestellt, hält sich an einige Regeln und arbeitet noch gewissenhafter. Den Lohn sieht er in höherer Farbbrillanz und der 3D-Wirkung des Sinn-Katalogbuches.

**Buchbinder:** Zur Plattenbelichtung hat Petzold zwei Tage benötigt, für den Druck acht Tage.



**Katalogdruckerei:** Geschäftsführer Peter Petzold und die Druckerei Werbedruck Petzold in Gernsheim/Rhein.

Größere Objekte, wie die gedruckten Bogen des Sinn-Kataloges bearbeitet Petzold für eine Großbuchbinderei als Acht-Seiter für die Fadenheftung weiter. Und nach vier weiteren Tagen schickt die Buchbinderei das fertige Sinn-Katalogbuch in Auflage 30.000 an Uhrenhersteller Sinn.

**DEHN & SÖHNE**

Die Firma Dehn & Söhne produziert ihre Kataloge für Bauteile des Äußeren Blitzschutzes und Überspannungsschutzes mit einer eigenen Produktdatenbank und dem Database-Publishing-System Dataform. Rund 3.500 Artikel in vier Produktkatalogen und eine Gesamtpreisliste präsentiert Dehn & Söhne, sie werden jährlich überarbeitet und gedruckt. Dazu kommen Kataloge und Preislisten in Englisch-UK, Englisch-international, Italienisch und bald auch Französisch und Spanisch.

**Vorher:** Bis zum Jahr 2002 hat das Unternehmen Kataloge mit Pagemaker erstellt. Die Inhalte übernahm sie in vielen Einzelschritten ins Layout. Produktionszeit: Ein bis zwei Monate je Katalog, mit bis zu drei beteiligten Mitarbeitern. In den letzten zehn

Jahren behielt Dehn & Söhne bei der Neuauflage eines Kataloges das alte Layout bei und ergänzte das Katalogdokument nur um neue Artikel. Um Produktion und Layout zu modernisieren, programmierten Entwickler eine für alle Produktbereiche und Betriebsstätten einheitliche Produktdatenbank. In der eigenen Abteilung entstand eine webbasierte Datenbankanwendung unter MySQL.

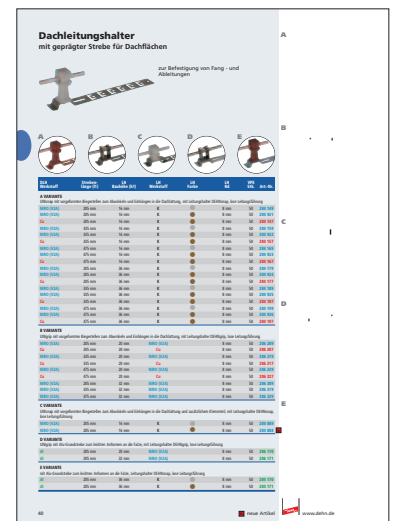
**Umstellung:** Voraussetzung war, den Datenbestand neu zu strukturieren. So lassen sich jetzt Kapitel, Kapitelgruppen, Familien, Varianten und Eigenschaften eines Produktes unterscheiden. Dies ist auch nötig, um die Kataloge automatisch zu publizieren. Seit der Umstellung können Produktmanager die Produkte mit allen Informationen, Dokumentationen und Abbildungen erfassen, aktualisieren und den Abteilung



**Blitzschutzkatalog:** Der Titel und eine fertige Katalogseite – erstellt mit dem Datenbanksystem Dataform.

gen via Intranet in Echtzeit bereitstellen. Aus dieser Datenbank erzeugt Dehn heute, über die Katalogproduktion hinaus, auch Intranet- und Internet-Produktpräsentationen. Über eine Vorschau-Funktion erhalten die Produktmanager bereits per Browser einen Eindruck der zukünftigen Katalogdarstellung.

**Datenbank:** Zentrales Werkzeug für die Katalogproduktion ist das Publishing-System Dataform, eine auf 4D basierende Daten-



bank unter Mac OS, Mac OS X und Windows aus der Regensburger Softwareschmiede Gasenhuber Systementwicklung.

Gespeist aus der Dehn & Söhne-Produktdatenbank, verwaltet Dataform alle Texte, alle Bilder von einem Mac-Fileserver und die in Quark Xpress erstellten Gestaltungsvorlagen. Bei der Systemauswahl war Anwendungsentwickler Florian Dünkel wichtig, dass er mit der Produktdatenbank auf eine offene und flexible Datenbankschnittstelle zugreifen kann. Mit dem Scriptimport in Dataform funktioniert das problemlos. Über die Dataform-Xtension ist die Dataform-Datenbank an Xpress angebunden, mit dem sich Druckvorlagen nun fast vollautomatisch erzeugen lassen. Da man die Daten aus der Produktdatenbank übernimmt, ist die Anzahl der Korrekturläufe in Xpress auf ein Minimum geschrumpft. Ganze Strecken komplizierter Tabellen, technischer ▶








**Info: So entsteht ein neuer Dehn & Söhne-Katalog**

**Vorbereitend** gestalten Mitarbeiter einmalig typische Artikelmodule in Xpress und legen sie in der Datenbank als Rahmenmuster ab. Ebenso werden Stilvorlagen definiert und als Musterformate hinterlegt. Aus der Produktdatenbank werden alle nötigen Daten exportiert und per Importscript in Dataform übertragen. Mittels einer Ersetzungstabelle setzt das System die Stilkennungen der Produktdatenbank in Xpress-Formatierungen und Layoutmuster um. Jetzt lassen sich die Artikel in ein geöffnetes Quark-Xpress-Dokument übergeben. Die Artikel werden dabei automatisch umbrochen und mit allen Layoutvorgaben platziert. Wenn nötig, lässt sich noch manuell am Text oder den Rahmeneigenschaften in Xpress nacharbeiten. Diese Änderungen werden nach Dataform zu-

rückgeschrieben. Sind die Bilder per Skript in das CMYK-Format gewandelt und 100-prozentig in die Xpress-Rahmen eingerechnet, übermittelt Dehn & Söhne die Druckvorlagen als PDF-Datei an die Druckerei. Entwickler Florian Dünkel erläutert die Vorteile der neuen Katalogproduktion: »Durch den neuen Workflow konnten wir den Produktionsprozess unserer Kataloge erheblich straffen. Statt sechs bis acht Wochen benötigen wir heute für neue Kataloge nur noch vier bis sechs Tage bis zur endgültigen Erstellung der Druckvorlagen.« Die einmal in der Dataform-Datenbank erfassten Texte, Bilder und Artikelgestaltungen lassen sich nach der Bearbeitung in Xpress in diese Datenbank rückaktualisieren und so für andere Werbemittel, wie etwa Mailings, wieder verwenden.

► Zeichnungen, Detailfotografien und umfangreicher Texte übergeben die Mitarbeiter an Xpress und müssen nur ausnahmsweise noch geringfügig nachbearbeiten.

**Fazit:** »Die Katalogdaten lassen sich jetzt noch am Tag vor der Drucklegung aktualisieren und damit die Konsistenz zwischen Systemdaten und Druckdaten gewährleisten. So sparen wir bis zu 90 Prozent der Zeit und erhebliche Kosten.« Und der Kunde erhält aktuellere Kataloginhalte. Für die Firma Dehn sind zudem reduzierte Fehler und Korrekturgänge sowie die effizientere Form der Arbeitsteilung zwischen den Abteilungen Produktmanagement, Datenmanagement und Marketing Grund für die Zufriedenheit mit der Investition.

Dachleitungshalter, mit gewinkelter Strebe für Dachflächen	eb_138C eb-030-03-00709999C 03 N: 13892	eb	
Dachleitungshalter, mit gewinkelter Strebe für Dachflächen	eb_138B eb-030-03-00709999B 03 N: 13892	eb	
Dachleitungshalter, mit gewinkelter Strebe für Dachflächen	eb_138A eb-030-03-00709999A 03 N: 13891	eb	
Dachleitungshalter, mit Strebe für Dachflächen	eb_220B eb-030-03-00609999B 03 N: 13890	eb	
Trennfunkens trecken, explosionsgeschützt (Ex) s G4	AT_r1L312A r1-040-05-0092010A 05 N: 14407	r1	
Distanzhalter mit Stangen- oder Leitungshalter	eb_225Z eb-020-02-0090Y-057 02 N: 14324	eb	
Löschfunkens trecken	AT_r1L311B r1-040-05-0090020B 05 N: 14406	r1	

**Gelistet:** Alle Artikel erscheinen als Datensatz mit Miniaturabbildungen, die Dataform aus importierten Bildpfaden erzeugt.

ren Ziellayout zu arbeiten. Diese und weitere Wünsche bei der Produktion machten ein eigenes XML-System notwendig:

- Zentrale Datenpflege direkt dort, wo Informationen entstehen
- Benutzerberechtigungen für unterschiedliche Tätigkeiten
- Einheitliches Datenformat für alle Publikationen
- Layout muss veränderbar sein, ohne Inhaltsdaten anzufassen, aus einem Datenbestand müssen verschiedene Gestaltungen entwickelt werden können
- Bereits bei Eingabe Datenbegutachtung im späteren Layout
- Korrekturen direkt im Layout sollen in Datenbasis zurückfließen
- Preise und kommerzielle Daten sollen möglichst spät in die vorhandene Publikation einfließen
- Paralleles Bearbeiten von Daten
- Informationen sollen zudem 1:1 in anderem Layout für den Internet-Shop nutzbar sein
- Herstellung in der Vorstufe für Katalog drei Tage, bei Zeitschriften nicht mehr als vier Stunden
- Aufschaltung Internet darf nicht länger als zehn Minuten dauern.

**Der Workflow:** Am Anfang stehen die Informationen. Sie entstehen, wenn der Iba-Produktmanager ein neues Produkt aufnimmt. Er versieht es mit einer Artikelnummer und erfasst es im kommerziellen System. Dabei werden alle bekannten Daten angelegt und für den ersten Bestellvorgang vorbereitet (Disposition). Das Produkt wird aus einem Pool heraus der Publikation zugeordnet und mit allen Informationen für die entsprechenden Medien erfasst: Texte mit Überschriften, Beschreibungen,

Firmenlogos, Bildern. Direkt in der Datenbank Sirius nimmt der Produktmanager die Daten in XML auf. Die kann er sich sofort in einer Vorschau mit dem Wunsch-Layout ansehen. Vorteil: Er identifiziert sich mit einem typografisch gestalteten Dokument besser als mit einer abstrakten Informationsstruktur. Der Umfang der Publikation lässt sich ebenso schätzen, da die exakte Länge der Produktbeschreibungen sichtbar ist. Zudem macht Iba die Erfahrung, dass inhaltliche Fehler leichter aufzuspüren sind, wenn die Typografie einem Endprodukt entspricht.

**Bilderherstellung/-verwaltung:**

Bei Anlage eines Produktes erhält das Bild bei der Bildzuordnung vom System eine von der Artikelnummer unabhängige Nummer. Die wird sofort in die XML-Daten an der Stelle Bild eingetragen. Sind die bestellten Fotomuster eingetroffen, geht der bei der Produkthanlage ebenso erstellte Fotoauftrag mit den Mustern an die Fotostudios. Hier wird das Produkt ins richtige Licht gerückt und fotografiert. Die Bilder kommen zum Nachbearbeiten und Aufbereiten durch

**Info: Dehn & Söhne, Dataform**

Im Laufe der über 90-jährigen Firmengeschichte ist aus dem Handwerksbetrieb Dehn & Söhne ein weltweites Industrieunternehmen mit Schwerpunkt Blitz- und Überspannungsschutz geworden. Mit mehr als 600 Mitarbeitern, eigenen Forschungslabors, computergesteuerten Fertigungsstraßen und einer breiten Produktpalette ist die elektrotechnische Fabrik ein marktführendes Familienunternehmen mit Vertretungen in über 50 Ländern. Kontakt: Dehn & Söhne, Telefon 0 91 81/9 06-0, Internet www.dehn.de; System Dataform, Gassenhuber Systementwicklung, Telefon 09 41/79 55 05, Internet www.gassenhuber.de

**DIREKTVERSANDHAUS IBA**

Die Iba AG in Bolligen/Bern ist ein Direktversandhaus für Büromaterial und Ausstattungen mit 120 Mitarbeitern. Die Auflagen für die Marketingmedien, Katalog und Sonderangebots-Zeitschrift Gazette liegen pro Aussand bei 150.000 bis 300.000 Exemplaren und werden im Rollenoffsetdruck produziert. Andere Publikationen, wie Kundenkataloge, laufen im Bogenoffset und bei kleinen Auflagen, etwa 100 Stück bei speziellen Großkundenwünschen, teilweise im Digitaldruck. Die Anforderungen waren mit auf DTP-Programmen basierten Katalogsystemen nicht realisierbar – etwa durch die fehlende gleichmäßige Unterstützung von Print und Web, oder die nicht vorhandene Möglichkeit, direkt im späte-

**Info: Steckbriefe**

- **Auftraggeber**  
Iba AG in Bern/Schweiz, Direktversandhaus für Büromaterial und Ausstattung, 120 Mitarbeiter, Jahresumsatz 38,5 Millionen Euro, Marketing-Instrumente: der Jahreskatalog, monatliche Sonderangebotszeitschrift, Kundenkataloge, Sonderartikel-Broschüren, Internet www.iba.ch
- **Agentur**  
Werbeagentur Leu in Bern/Bolligen, verantwortlich für das Layout der Marketing-Materialien, berücksichtigte Anforderung der XML-Technologie bei der Gestaltung des Kataloges, Internet www.leudesign.ch
- **Vorstufenbetrieb/Druckerei**  
AZ-Medien, vollstufiges Medienunternehmen mit OPIX-System und einem Agfa-Apogee-PDF-Workflow, investierte bei dem Projekt, Internet www.azag.ch
- **Technologie-Lieferanten**
  - UNIC, Internet-Shop-System
  - Acolada GmbH, Nürnberg, das XML-CMS-System Sirius
  - Mai KG, XML-/Satzspezialist



einen OPI-Prozess an den Reproduktionsleister AZ-Medien. Sind Ausschnitt und Größe eingestellt und die Bilder als EPS-Grobbilder mit OPI-Kommentaren für den Druck und in Internetgröße gespeichert, gelangen sie auf den Server der Iba-Werbeabteilung.

übernimmt dann die XML-Daten aus der Datenbank und formatiert sie im angebundenen Power Publisher Ultra XML. Hier wird dem Formatierungswerkzeug eine XSL-basierte Vorlage zugeordnet. Die Abteilung kann die Seite sofort in WYSIWYG-Ansicht typografisch beurteilen und modifizieren. Alle Typografie-Befehle werden als »Processing Instructions« in den XML-Datenbestand eingesetzt. Sie stören nicht und sind in die Datenbank übernehmbar. Nach einer Inhaltsskorrektur über die Datenbank sind

die Befehle wieder im Satzsystem verfügbar und führen zur gewünschten Formatierung.

### Vor- und Nachteile des Iba-Systems

<p><b>Vorteile</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Zeitersparnis: Publikationen mit Sonderposten, Kataloge für Großkunden oder Mitarbeiterversionen ohne Preisangaben in wenigen Stunden erstellbar, Satzerstellung eines zweisprachigen Kataloges mit je 250 Seiten dauert mit Nachbearbeitung drei bis vier Tage</li> <li>■ Datenkonsistenz</li> <li>■ Aktualitätscheck zwischen Originalkatalog und der/den Fremdsprachenversionen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Zukunftssicherheit durch Austauschbarkeit der Software</li> <li>■ Daten bereits in XML</li> </ul> <p><b>Nachteile</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Vorleistung und der zeitliche Vorlauf sind recht hoch</li> <li>■ XML-Werkzeuge sind teilweise noch nicht ausgereift</li> <li>■ Workflow-Umstellung: XML beruht auf Informationserstellung vor der Publikation</li> <li>■ Profi mit Know-how in XML und Satz notwendig</li> </ul>
---	--

Die eingesetzte Sirius-Datenbank verwaltet auch Bilder, verschlagwortet sie automatisch und zeigt dadurch bei Eingabe einer Artikelnummer auch alle zugehörigen Abbildungen an.

**Publikation:** In der Datenbank lassen sich jetzt eine Publikation eröffnen und die erfassten Daten per Drag-and-Drop verknüpfen (keine Kopie!), damit aktualisierte Produktbeschreibungen genauso in anderen Publikationen erscheinen. Dieser Mechanismus ist aber ausschaltbar, wenn dieses Produkt ein »Eigenleben« unabhängig vom Standard-Produkt führen soll. Die Publikation wird zunächst unabhängig vom Medium freigegeben. Die Werbeabteilung

die Befehle wieder im Satzsystem verfügbar und führen zur gewünschten Formatierung.

**Preiszuspielung, PDF-Produktion:** Sind die Inhaltsskorrektur-Zyklen beendet, lässt sich der Preis zuspähen. Die Print-Publikation erfolgt mit Dummy-Preisen und gestattet bis zuletzt parallel und unabhängig Preisadjustierungen.

Den letzten Schritt vor der PDF-Ausgabe steuert ein Automatismus: Aktuelle Preise kommen direkt aus dem kommerziellen System und werden in die XML-Struktur übertragen. Währenddessen ist noch überprüfbar, ob alle Artikel im Katalog sind, ob die richtigen Preisstaffeln angelegt

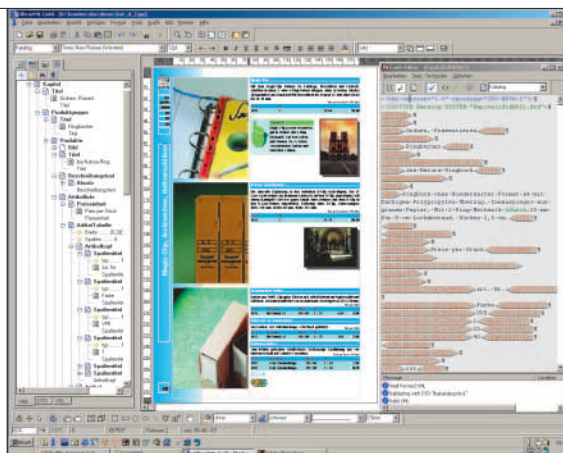
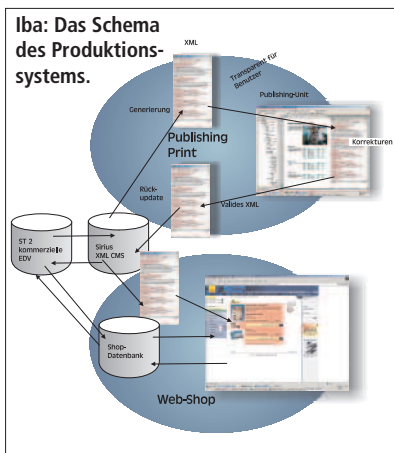
### Info: XML-Basis schaffen

<p>■ <b>Textdaten</b></p> <p>Erfassen der Vorjahresdaten plus Aktualisierung durch einen XML-Editor und eine DTD (Regelwerk), die alle Informationsstrukturen der Publikationen bei Iba darstellt, Datenübernahme in XML-CMS Sirius von Acolada</p> <p>■ <b>Bilder</b></p> <p>Umstellung auf OPI: Import in OPIX-Datenbank, Grobbilder als EPS, XML-typisch: Umwandlung der Bildverweise in Bildplatzierungen innerhalb des Layoutprogramms, Sirius stellt mit einer Daten-Automatik Bilderlisten-Funktion bereit</p>	<p>■ <b>Typografie</b></p> <p>Mit Formatierungswerkzeug Power Publisher Ultra-XML: Natives Bearbeiten der XML-Daten, Gestaltung mittels XSL, Zurückschreiben der typografischen Eingriffe in Datenbank, auch automatisiertes Arbeiten</p> <p>■ <b>Preise</b></p> <p>Mit Zusatzsoftware zur XML-Datenbank Sirius: Wandlung der kommerziellen EDV-Daten in medienneutrale XML-Daten</p> <p>■ <b>Daten für das Internet</b></p> <p>Lediglich Anreicherung mit einem angepassten Stylesheet und den nötigen EDV-Daten</p>
---	---

sind und alle Artikel auch einen Datensatz in der kommerziellen EDV haben. Fehler zeigt das System an. Ist der Preis zugespielt, verbindet das System die XML-Daten mit dem Layout. Nach dem letzten Feinlayout-Prüfprozess werden PDF-Daten erzeugt und als Beleg-Exemplar ausgedruckt. Um allerletzte Änderungen zu berücksichtigen, erhält die Druckerei die XML-Daten und auch die Vorlage für den Power Publisher Ultra XML. Um Inkonsistenzen zu vermeiden, gehen die XML-Daten nach dem Druck an Iba zum Datenbankimport zurück.

**OPI, Ausschließen, Druckplatten:** Das Ausschließprogramm bei AZ Medien erzeugt die Druckbogen und positioniert die PDFs. Der gesamte Druckbogen wird erneut geplottet. Nach der letzten Freigabe durch die Iba-Werbeleiterin werden die PDF-Dateien dem OPI-Prozess zugeführt, in dem

**Power Publisher Ultra XML: Die Katalogseite in der WYSIWYG-Ansicht mit XML-Code.**



► alle Feinbilder aus der OPIX-Datenbank integriert werden. Für das RIP werden die Ausgabe-datei aufbereitet und die Druck-platten direkt bebildert.

**Daten für Internet-Shop:** Die Internet-Aufschaltung der XML-Daten legt Iba zeitlich nach die

Abgabe der Printdaten. Prinzipiell besteht kein Zusatz-Aufwand, allerdings sind einige Dinge anders: Bilder lassen sich klein ausgeben und durch Anklicken vergrößern. Der Kunde kann auch in weit mehr Preisstaffeln bestellen als im Katalog. Deshalb wird der Preis auf den gewünsch-

ten Artikel erst zugespielt, hat der Benutzer die gewünschte Anzahl eingegeben. Dazu repliziert Iba die aktuellen Konditionen aus dem EDV-System komplett in eine Web-Datenbank. Die erste Aufschaltung erfolgt auf einen dem Live-System identischen Test-Web-Server und lässt sich vorab noch einmal prüfen.

**Kommentar: Thomas Mai, Mai KG**



»Die Vorstufe muss XML praktizieren, sonst tun es bald andere.«

**Databased Publishing,** Cross-Media-Publishing und Single-Source-Publishing. Schlagworte, mit denen sich sowohl Kataloghersteller als auch die Industrie ständig konfrontiert sehen – nicht von ihren Dienstleistern aus dem Druck- oder Vorstufenbereich, sondern von Software-Herstellern mit mehr oder weniger großem Wissen über die

Katalogherstellung im Druck. Vorstufenbetriebe ignorieren diese Entwicklung. Der unwiderlegbare Glaube, man könne weiterhin viele hundert Seiten starke Kataloge manuell durch Rähmchenschieben herstellen, ist ein Rückfall in die Zeit des Setzerhandwerks und weder kosten- noch kundenorientiert. Von ihren Dienstleistern

im Stich gelassen, suchen Industrieunternehmen nach eigenen Lösungen, die an der Vorstufe letztendlich vorbeigehen werden. Die Software-Anbieter haben längst nicht mehr den Vorstufen-Betrieb als Kunden im Visier, sondern den Auftraggeber des Kataloges. Hier zählen Verkaufsargumente wie »schneller und kostengünstiger als der Vorstufenbetrieb«. Durch diese Ignoranz sind die Vorstufenbetriebe keine Gesprächspartner mehr für Auftraggeber. Dass es auch anders geht, zeigt das Beispiel Iba AG.

**Fazit:** Die Vorstufe muss XML praktizieren. Kunden haben hier oft schon mehr Know-how als ihre Dienstleister. Diese Schiefelage gilt es zu korrigieren. Typografisches Wissen ist wichtig, aber bei 30 bis weit über 50 Prozent Kostenersparnis im Vergleich zur konventionellen Produktion schaut man schon mal über einen gestalterischen Schnitzer hinweg, obgleich der nicht sein müsste.

**Kosten:** Bei 640.000 Euro für das XML-System sind viele individuelle Lösungen für Iba eingerechnet. Im Jahr entfielen so laut Thomas Mai von der Mai KG etwa 256.000 Euro an Satzkosten (ohne Internet-Shop). Eine typische XML/XSL-Anwendung soll ab 25.000 Euro realisierbar sein, und ein CMS wie Sirius lässt sich auch mieten. Thomas Mai sagt: »XML geht auch ohne Datenbank. Wenn nur wenige Mitarbeiter die Daten pflegen, kann der erstellte XML-Bestand direkt im Filesystem gepflegt werden, ohne Einschränkung breiter Publikationen.«  
*Katja Manitz/eb*