



René Güntensperger

«Der Branche fehlen die Pittbull-Terriers...»

Adrian Wüthrich ist seit Anfang dieses Jahres selbstständig. Er hat das Heft quasi selber in die Hand genommen, «weil die Druckereien ihre Kunden falsch bedienen». Seine Pragma Solution agiert als Drehschreibe zwischen Industrie und grafischer Branche. Das KMU berät, analysiert und konzipiert. Und mit dem «net-Toper» vermietet es ein Werkzeug, das dem Desktoper Beine macht...

Gelernter Offsetdrucker ist Adrian Wüthrich. Und ein Querdenker. Auch wenn er schon lange nicht mehr am Steuerpult steht: Die Haptik des Papiers fasziniert ihn heute noch. Immer noch zieht ihn der Geruch von Bedrucktem in seinen Bann. Es kommt, was kommen muss: «Die Druckbranche liegt mir am Herzen!»

Das ist die eine Seite. Die Freude am Handwerk. Oder moderner: an der Mediendienstleistung. Wechselt man die Seite, ist da der Kunde. Handkehrum ist sein Gesichtsausdruck ein anderer: «Leider wird dieser von den Druckereien oft falsch bedient...» Mangelhaftes Relationship – das hat ihn schon früh sehr beschäftigt. Das erklärt auch, wa-

rum ihn seine Laufbahn immer weiter weg von der Druckmaschine, näher hin zu den Kunden geführt hat. Heute widmet er sich diesen vollumfänglich. Anfang Jahr hat er mit Daniel Hintermann die eigene Firma gegründet: die Pragma Solution in Hausen bei Brugg. Das Unternehmen ist eine Drehscheibe zwischen der Industrie und der grafischen Branche und entwickelt Lösungen für eine schnelle, kostensparende und effiziente Zusammenarbeit.

Adrian Wüthrich ist heute sein eigener Chef, «weil die grafische Branche ihre Kunden oft nicht versteht – und umgekehrt». Er spricht Klartext, das ist sein Naturell. Eine Abrechnung mit der Druckindustrie soll das

Mehr Verbissenheit ist gefragt! Viel versprechende Ideen werden oft nur wegen fehlendem Durchhaltevermögen nicht von Erfolg gekrönt.

nicht sein. Viel eher ein ernst gemeinter Weckruf. In den vergangenen Jahren haben Adrian Wüthrich und Daniel Hintermann Sensibilität dafür entwickelt, was der Industriekunde vom Medienfachmann erwartet: «Darum begreifen wir das Vorgehen der Druckereien immer weniger!»

Er tickt anders, wird nicht müde, Missstände anzusprechen. Auch wenn er unbequemer ist und Courage fordert, dieser Weg. «Wir sagen auch unseren Kunden, was wir sehen.» Polarisieren gehört dazu, wenn man aufwecken will.

Weg mit der Stempeluhr-Mentalität

Doch konkret sind die Aussagen von Adrian Wüthrich nicht. Das ändert sich mit der Frage, wo der Schuh denn nun am meisten drückt. Der Druckfachmann nennt verschiedene Stichworte, und ohne ein Blatt vor dem Mund seine Meinung dazu:

Das Printprodukt

Das Printprodukt steht in Druckereien stark im Vordergrund. Ihm gilt das ganze Engage-



Adrian Wüthrich: «Den Entscheidungsträgern fehlt der Mut für neue Produkte und Dienstleistungen.»

ment, obwohl den Output auf Papier heute rund um den Globus – besser oder schlechter – alle im Griff haben. Zu wenig wird nach Lösungen gesucht, den Kunden noch zufriedener zu machen. Neue Modelle der Zusammenarbeit, die die Effizienz erhöhen und die Fehlerquellen senken, sind gefragt. Doch dies sind in vielen Betrieben Tabuthemen.

Die Informatikbranche

Die Informatikbranche wird als Konkurrenz wenig ernst genommen. Mit Ausnahme der Dienstleistung Druck haben sich bereits viele Industriekunden von den Druckereien abgewandt. Die Einkäufer haben heute ein teils beachtliches Know-how in der Medienproduktion und können die Dienstleistung einer Druckerei gut einschätzen. Die Informatik-

branche hat ein offenes Ohr für die Anliegen der Kunden und zeigt ihnen neue Lösungen und Möglichkeiten. Als Konsequenz bleibt diesen Druckereien oft nur noch das Drucken ohne vorgelagerte Mehrwerte, womit sie sich, da austauschbar, dem Kostendruck aussetzen.

Die Mentalität

Die Druckbranche braucht neue, kreative Geschäftsmodelle und Dienstleistungen. Das erfordert die Bereitschaft für aussergewöhnliches Engagement. In vielen grafischen Betrieben regiert aber noch immer die Stempeluhr-Mentalität: Wir arbeiten von 8 bis 17 Uhr! Und zu oft wird gejammert: Mal hat man zu wenig, mal zu viel Arbeit. Und schliesslich ist da noch die leidige Konkurrenz, die mit Dumping-Preisen agiert. Doch zieht man auch in Erwägung, dass sie einfach professionellere Strukturen und Prozesse hat, um preisgünstiger aufzutreten?

Schon bald werden um die 70% der Drucksachen über Internetbrowser hergestellt.

Der Mut

Verbreitet fehlt den Entscheidungsträgern der Mut für neue Produkte, Dienstleistungen oder Innovationen. So mancher Drucker hat ein Problem, wenn er am Schluss nicht ein gedrucktes Produkt in den Händen hält. Und zu oft wird nur in Produktionsmittel investiert, die beim Unternehmen A, B oder C schon im Einsatz sind. Es fehlt der Mut für Kaufentscheide, die nicht dem Mainstream entsprechen. Auch lässt die Branche die Verbissenheit vermissen, Projekte bis zum – eben nicht bitteren – Ende durchzuziehen. Viel versprechende Ideen werden oft nur wegen fehlendem Durchhaltevermögen nicht von Erfolg gekrönt. Der Branche fehlen die Pittbull-Terrier, die dran bleiben! Sie muss umdenken und mächtig Dampf machen, sonst werden schon in wenigen Jahren 50% der Druckereien schliessen müssen.

Die Mitarbeiterförderung

Kreative und innovative Mitarbeiter werden zu wenig gefördert. Zu oft als Freaks abgestempelt, arbeiten und entwickeln sie im stillen Kämmerlein vor sich hin. Das Potenzial dieser Leute und deren Ideen werden nicht honoriert. Ihre Lösungen werden im besten Fall zur Kenntnis genommen, der Funke zum Vorgesetzten und ins Management springt aber nicht über. Noch immer wird in zu starren Hierarchien gedacht. Zudem entstehen bei Erfolgen häufig Reibungsverluste. Statt um das Unternehmen und die Sache geht es bei Erfolgen vielfach um persönliche Machtkämpfe.

Wer macht es denn besser als die Druckbranche? Adrian Wüthrich nennt die Automobilindustrie als ein gutes Beispiel für Innovationsstärke. «Da gibt es Hersteller, von denen längere Zeit nichts zu hören ist, die dann aber wie Phoenix aus der Asche steigen. Mit Produkten, welche auf jüngste Erkenntnisse und Kundenbedürfnisse ausgerichtet sind. Dafür muss man zuhören können, verstehen, was der Kunde wünscht. Oder noch viel besser: vorausschauen können, was er morgen will.» Sind auch in Druckereien Forschungs- und Engineering-Teams mit kreativen Köpfen gefragt, die abseits vom Tagesgeschäft nach neuen Lösungen, Geschäftsmodellen, Dienstleistungen und Produkten suchen...?



«net-Toper» ist ein Remote-Publishing-System zur Bearbeitung und Erzeugung von QuarkXPress-Dokumenten im Internet. Es eignet sich auch für dynamische Gestaltungen, wie z.B. Stellenaussagen.



Die Dokumente (die Boxenhöhe und die Abstände innerhalb der Boxen) passen sich dem Inhalt automatisch an.

Zu verliebt in vertraute Lieferanten

Als Scharnier zwischen Druckerei und Kunde wird die Pragma Solution mit vielen Herausforderungen konfrontiert. Dass die Aufgabenstellung fast täglich wechselt, macht es für Adrian Wüthrich und Daniel Hintermann besonders spannend: «Wir lieben die Herausforderung, etwas anzupacken, was andere nicht auf die Reihe kriegen!» Das fundierte Wissen aus früheren Tätigkeiten in der Branche, die Beziehungen zu führenden Softwareherstellern und die Erfahrung in der Umsetzung von Projekten ermöglichen es ihnen, die Kunden kompetent zu beraten. Adrian Wüthrich und Daniel Hintermann sind Spezialisten für Workflow-, Crossmedia-, Media-Asset-Management-, Content-Management-Systeme und für die Schulung und Integration des Verkaufes. Und sie bieten Analysen an, wenn es um neue Investitionen geht: «Denn die Entscheidungsträger sind oft zu verliebt in vertraute Lieferanten...»

Das Publishing der Zukunft? Im Internet!

In ihrer Beratungstätigkeit agieren sie aus neutraler Position. Die vorhandenen infrastrukturellen Ressourcen in den Betrieben zu optimieren, hat oberste Priorität. «Wir gehen nicht hin und weisen als Erstes auf eine falsche Software hin», erklärt Adrian Wüthrich die Geschäftsphilosophie. Im Produkteangebot hat die Pragma Solution einzig die Lösung «net-Toper», ein Remote-Publishing-System zur Bearbeitung und Erzeugung von QuarkXPress-Dokumenten im Internet. Um mit «net-Toper» zu arbeiten, wird nur ein Computer mit Internetanschluss benötigt. Ausser einem Browser müssen keine anderen Softwarepakete installiert werden, insbesondere sind keine Schriften, Schriftenverwaltungsprogramme und Layoutanwendungen notwendig. Und da es eine internetbasierende ASP-Lösung ist, zahlen die Anwender auch nur für die gewählte Benutzungszeit. Adrian Wüthrich weist zudem auf die einfache Anwendung der Lösung hin: «Wer «net-Toper» mietet, kann nach der Freischaltung sofort ohne Schulung damit arbeiten, echtes Plug and Play.»

Wenn Adrian Wüthrich von «net-Toper» spricht, spricht er auch von der «Gegenwart und Zukunft des modernen Publishings». Er wagt eine weitere Prophezeiung, ist überzeugt davon, dass schon bald um die 70% der Drucksachen über Internetbrowser hergestellt werden. Der Desktop ist tot, es lebe der Nettoper? Adrian Wüthrich: ««net-Toper» ist zumindest das Ende des «Otto-Normal-Polygrafen». Weil die Lösung auf dem internationalen Standard von QuarkXPress basiert, können auch Personen ohne Ausbil-

Die AMAG Automobil- und Motoren AG arbeitet mit «net-Toper».



Über 600 Garagisten stellen mit den Lösungen verschiedenste Drucksachen und Inserate selber her.



dung im Print- und Publishing-Bereich einen perfekten Satz herstellen.» «net-Toper» verwendet den Quark Dynamic Document Server als Grundtechnologie, welcher die Funktionalität, Flexibilität und Qualität von QuarkXPress zur Verfügung stellt.

«net-Toper» wird nicht als eigentliches Gestaltungswerkzeug eingesetzt, sondern ermöglicht, im QuarkXPress erstellte Dateien im Internet zu ändern, zu aktualisieren und zu ergänzen. Es können sehr schnell professionelle und datenbankgestützte Dokumente bereitgestellt werden, ohne dass Abstriche am Design gemacht werden müssen oder die Kontrolle über die Corporate Identity verloren geht. Da in der Mutterdatei im QuarkXPress bestimmt werden kann, welche Text- und Bildrahmen zum Editieren – z.B. für neue Preise – freigegeben werden, bleiben bei der Bearbeitung der Dateien die CI-Vorgaben garantiert.

In der Industrie, in Banken, in Versicherungen und im Handel wird «net-Toper» bereits erfolgreich eingesetzt. In Industriebetrieben ist das System für die Herstellung von Dokumenten prädestiniert, die durch eine Vielzahl von Editoren bearbeitet und eingesehen werden müssen. In der Schweiz arbeitet z.B. die AMAG Automobil- und Motoren AG mit «net-Toper». Sie hat eine Lösung gesucht, die es ihr ermöglicht, mehr als nur Visitenkärtchen selber zu setzen. Der Autoimporteur hat über ein Jahr lang evaluiert und sich schliesslich für den «net-Toper» entschieden, mit dem heute über 600 Garagisten verschiedenste Drucksachen und Inserate selber herstellen. «net-Toper» eignet sich auch für dynamische Gestaltungen, wie z.B. Stellenanzeigen.

Die Dokumente (die Boxenhöhe und die Abstände innerhalb der Boxen) passen sich dem Inhalt automatisch an.

In vielen grafischen Betrieben regiert noch immer die Stempeluhr-Mentalität.

Auch für Druckereien und Agenturen interessant

«net-Toper» kann auch in Verbindung mit bestehenden Datenbanken eingesetzt werden und kommt darum vielseitig zum Einsatz. Adrian Wüthrich nennt einige Anwendungsbeispiele:

- In einem Reisekatalog werden Informationen zu Hotels und Resorts direkt vom Travelagent vor Ort erfasst. Der Reisekatalog ist immer auf dem neusten Stand.
- Das Headquarter eines international tätigen Unternehmens stellt die QuarkXPress-Basisdokumente für Briefpapier, Kuverts und Visitenkarten allen Filialen weltweit zur Verfügung. Eine lokale Niederlassung kann damit CI-gerechte, lokalisierte Drucksachen erzeugen und diese bei einer lokalen Druckerei in Auftrag geben.
- Ein Unternehmen lässt seine Hauszeitschrift oder den Newsletter über «net-Toper» herstellen. Dadurch kann jede an diesem Projekt beteiligte Person ihren Beitrag leisten, ohne zwischengeschaltete Stellen und ohne Konvertierungsprobleme.
- Ein Unternehmen mit Produkten für den Weltmarkt lässt seine Verpackungen und Etiketten per «net-Toper» an die Sprache sowie die gesetzlichen Vorgaben des Zielmarktes anpassen. Mit Hilfe von «net-Toper»

«net-Toper» macht möglich, dass Laien mehr als nur Visitenkärtchen selber herstellen können.

können lokale Übersetzer, welche lediglich einen Internetzugang benötigen, diese Aufgabe übernehmen.

Nach der Herstellung der Daten – egal, wann und wo, da «net-Toper» keine Öffnungszeiten kennt – können diese direkt online für den Druck oder die Produktion anderer Kommunikationsmittel in Auftrag gegeben werden. Dabei werden mit der Bestellung automatisch Highend-PDF-Daten, QuarkXPress-Files oder auch EPS und Postscript-Daten erzeugt und versandt.

Interessant ist «net-Toper» nicht nur für die Industrie, sondern auch für Druckereien und Agenturen. Zum Beispiel als einfaches Be-

stellensystem, über das «net-Toper»-Benutzer persönlich bearbeitete Drucksachen in Auftrag geben können. Insbesondere kleineren und mittleren Druckereien bieten sich mit dem Application-Service-Providing-(ASP-) Miet-Modell von «net-Toper» Möglichkeiten, wie die grossen Players aufzutreten, ohne Investitionskosten zu tätigen und teures Know-how aufzubauen.

Die Nachbarländer Deutschland, Österreich und Frankreich zeigen derzeit grosses Interesse an «net-Toper». Grösseres jedenfalls als hierzulande. Adrian Wüthrich ist nicht der einzige, der der innovativen Schweiz derzeit eine gewisse Zurückhaltung attestiert. ■

