



Editorial

**Vom digitalen Turbokapitalismus
zur Traumgesellschaft**

4. SV-Kundenseminar

Prozess Standard Offsetdruck

PDF ist nicht gleich PDF

Woher kommt eigentlich das @?

News und Tipps



Liebe Leserinnen und Leser, ohne Fleiß kein Preis heißt ein altes Sprichwort, oder wie mir ein Unternehmer-Kollege vor einiger Zeit einmal sagte: „Je mehr Mühe ich mir gebe, desto mehr Glück habe ich.“ Das macht, glaube ich auch einen wesentlichen Unterschied zwischen den Erfolgreichen und den weniger Erfolgreichen im Geschäftsleben aus.

In Zeiten statischer Beharrung bieten die Märkte kaum neue Perspektiven. Erst in Phasen, in denen die Karten neu gemischt werden, finden Kreativität und Flexibilität ihre Erfolgswege: Kundenorientierte Organisationsstrukturen und marktgerechte Leistungsangebote sind Beispiele dafür.

Wir werden uns auch weiterhin für Sie viel Mühe geben, um Ihren Erfolg im Bereich Unternehmenskommunikation zu sichern.

Wir wünschen Ihnen viel Spaß beim Lesen unserer 4. Ausgabe.

Karin Armbruster
Geschäftsführerin der
SV Druck + Medien

Vom digitalen Turbokapitalismus zur Traumgesellschaft

Die Welt dreht sich immer schneller. Informationsflut und Globalisierung halten uns zunehmend in Atem. Aber die Gegenbewegung hat schon eingesetzt. Immer mehr Menschen fragen sich, ob sie dem digitalen Turbo-Kapitalismus noch länger ihren Tribut leisten wollen. Als elementare Werte ihrer Selbstverwirklichung erkennen sie Zeitsouveränität, Wellness, Familie und Muse. Diese Bewegung könnte zum wichtigsten soziokulturellen Trend der ersten Jahrzehnte des 21. Jahrhunderts avancieren.

Der Mann wollte keine Zeitung lesen, nicht spaziergehen und nicht fernsehen. „Ich will einfach nur sitzen“, beharrte er gegenüber seiner Frau, die ihn mit immer neuen Vorschlägen für mögliche Aktivitäten nervte. Wer kennt sie nicht, diese kleine Zeichentrickepisode des grossen humoristischen Gesellschaftsatirikers Vicco von Bülow – besser bekannt als Lorient. Die von ihm in den 70-er Jahren geschaffene Figur, deren Sinnen ausschliesslich darauf gerichtet ist, die Seele baumeln zu lassen und sich von niemandem von diesem Vorhaben abbringen zu lassen, kann heute als Prototyp eines neuen Megatrends gelten. Sie personifiziert eine Bewegung, die sich gegen die Gesetzmässigkeiten der zunehmend auf Highspeed getrimmten Berufswelt richtet und als deren Ideal Zeitsouveränität und Wellness zu einem neuen Lebensentwurf verschmelzen.

Der Zukunftsforscher Matthias Horx hat hierfür den Begriff Down-Shifting geprägt. Eine wachsende Schar sogenannter Down-Shifter rebelliert gegen die belastenden Anforderungen des heut oft an Selbstaussbeutung grenzenden und

durch Zeitdruck und Überstunden geprüften Berufslebens. Eine Art Flucht tendenz zur Rettung der psychischen Gesundheit macht sich breit. Für immer mehr Menschen, so Horx, steht nicht mehr die berufliche Karriere im Mittelpunkt, sondern gewinnen Tugenden wie Wellness, Familie, Kindererziehung, Ökologie usw. für die Lebensplanung eminent an Bedeutung.

Mit „Null Bock“ hat diese Aussteiger-Spezies indes nichts zu tun. Die Down-Shifter nehmen sich nur einfach das Recht, ihre Zeit zur Besinnung und Regenerierung der Arbeitskraft selbst einzuteilen. Ihr Arbeitspensum schrauben sie auf ein möglichst stressfrei zu bewältigendes Mass herunter. Häufig arbeiten sie als Freiberufler mit einem Telearbeitsplatz projektbezogen in der eigenen Wohnung. Sie teilen sich mit mehreren Kollegen einen, zwei oder auch drei und mehr Arbeitsplätze und nehmen sich die Freiheit, zwischendurch mal ein paar Monate ganz auszusteigen.

Auf die Nutzung der neuen Kommunikationstechniken wollen die Down-Shifter keineswegs verzichten. Im Gegenteil: Die rasante Entwicklung des Internets und anderer elektronischer Medien hat es überhaupt erst möglich gemacht, dass die überwiegend durch starre Arbeitszeiten, fixe Orts- und zentrale Unternehmensstrukturen bestimmte Arbeitswelt künftig immer weniger Bestand haben wird. Zunehmend gilt: Arbeite mit wem, wann und für wen du willst. Flexible Arbeitszeiten und mobiles Arbeiten in virtuellen Netzwerkstrukturen sind dafür die Basis. Die Grenze zwischen Arbeit und Freizeit verschwimmt.

Angetrieben durch die weiter anschwellende Informationsflut werden völlig neue Berufsbilder entstehen. Das amerikanische Telekommunikationsunternehmen AT&T geht davon aus, dass es 60 Prozent der für das Jahr 2010 erwarteten Jobs heute noch gar nicht gibt. Um von dieser Entwicklung nicht überrannt zu werden, hat AT&T ein „Knowledge-Center“ eingerichtet, in dem 135.000 Mitarbeiter permanent fortgebildet und beraten werden. Von hier aus werden sie vorübergehend und rein projektbezogen je nach Bedarf von den einzelnen AT&T-Unternehmen abgerufen. Zu den gefragten Kompetenzen gehören interdisziplinäre Teamfähigkeit, hohe Mobilität, soziale Kompetenz und emotionale Intelligenz.

Die Fähigkeit zum Selbstmanagement entscheidet dabei über Erfolg oder Scheitern. Sich selbst zu managen, ist in den Flexibleren aber auch unsicheren Lebenslandschaften der Zukunft von existenzieller Bedeutung. Der Unternehmensberater und Buchautor Reinhard Sprenger hat dafür die Vokabel „ich-Aktie“ geprägt. Er rät dazu, sich als Wertpapier zu begreifen, mehr auf seine eigenen Stärken, auf seine Talente, Leistungsfähigkeit und Kreativität zu setzen. Die Zukunft gehört den „Knowledge Workern“, die mit komplexem Fachwissen ausgestattet ihre Leistungen projektbezogen anbieten.

Die wichtigste Ressource der Zukunft heisst Wissen. Doch da wir mit Internet, 30 Fernsehkanälen und jährlich 340.000 Neuveröffentlichungen auf der Frankfurter Buch-

messe in Informationen geradezu ertränkt werden, verstärkt dies nur das unangenehme Gefühl, etwas zu verpassen. All diese Informationen nützen uns nur, wenn wir ihnen gegenüber einen Standpunkt haben, um in diesem Meer der Informationen das für uns Wichtige auszusuchen und herauszufiltern. Wir werden neue Instrumente benötigen, um uns weiter einbilden zu können, dass wir einigermassen den Über-



blick haben. Hier zeichnet sich der Bedarf für eine Dienstleistung ab, die im 21. Jahrhundert immer wichtiger wird. Um die Informationsflut in den Griff zu bekommen, werden wir uns nach jemandem sehnen, der uns Orientierung gibt und uns nur die Informationen verschafft, die uns wirklich interessieren. Bevor wir im Datenmüll ersticken, werden wir unsere Aufmerksamkeit demjenigen schenken, der uns die interessantesten Geschichten erzählt. Gefordert ist die Fähigkeit von Personen, die Produkten eine Art Seele zu geben vermögen. Das dänische Institut für Zukunftsforschung (CiFS) ist davon überzeugt, dass der „Storyteller“ in der ersten Hälfte des neuen Jahrhunderts den Ton angeben und besser bezahlt wird als jeder andere Dienstleister.

Denn ohne eine gute Story wird Marketing in Zukunft in nahezu allen Produktbereichen fast unmöglich werden. Die reine Qualität der Produkte ist nicht annähernd so wichtig wie das mitgelieferte Image. Schon heute liegt der Anteil der Waren, die aus politischen, ökologischen und Tierschutzgründen oder wegen der Arbeitsbedingungen im Ursprungsland gekauft werden, bei ungefähr 10 Prozent. Diese

Zahl wird steigen, da immer mehr Konsumenten ihre Kaufentscheidung mit dem Herzen treffen. Hier wartet auf die Marktkommunikation ein reiches Betätigungsfeld.

Vor diesem Hintergrund prophezeit das CiFS, dass sich die Informationsgesellschaft bald ihrem Ende zuneigen wird. Im kommerziellen Interesse werde man uns überall mit Mythen, Legenden, Werten, Gefühlen, Spiritualität und Lifestyle konfrontieren. Einen Namen für diese Gesellschaft, die in der ersten Hälfte des angebrochenen Jahrhunderts dominieren werde, hat das CiFS auch schon parat: „Traumgesellschaft“.

Die endgültige Digitalisierung in unserem Hause hat begonnen

Durch die Installation eines neuen Workflows und einer halbautomatischen Plattenbelichtungsanlage im August dieses Jahres sind wir für die zukünftigen Qualitätsanforderungen unserer Kunden bestens gerüstet.



Computer-to-Plate macht es möglich, ohne Umwege über die Filmbelichtung und Offsetmontage, die Daten direkt aus dem Rechner auf die Druckplatte zu belichten. Durch den Einsatz dieser neuen Technologie wird es möglich, bei immer kürzer werdenden Produktionszeiten, eine noch hochwertigere Bildqualität zu erreichen.

Bausteine zum Erfolg

Da die Qualität von Printprodukten von unterschiedlichsten Faktoren abhängt, fordern Kunden der Druckindustrie heute mehr und mehr eine nachvollziehbare Qualifikation ihrer Medienpartner. Die Faktoren Zuverlässigkeit und höchste Qualität sind dabei von entscheidender Bedeutung. Deshalb ist es wichtig, dass in den einzelnen Produktionsstufen genau nach anerkannten Standards gearbeitet wird.

Seit wenigen Wochen sind wir ein durch den Verband Druck und Medien in Baden-Württemberg geprüfter Qualitätsbetrieb nach dem ProzessStandard Offsetdruck (PSO). Der Verband, der die Zertifizierung durchführt, legt dabei strenge Maßstäbe an, die das know-how des Betriebes von der Druckvorstufe bis in den Drucksaal bewerten.

Ziel des PSO ist es, definierte Messwerte und damit eine vorhersehbare Qualität zu erreichen - die Voraussetzungen einer industriellen Produktion.

Der Geschäftsführer und technische Betriebsleiter der SV DRUCK + MEDIEN, Michael Brobeil meint: »Kunden schätzen es, dass ihre Druckprodukte in hoher und konstant perfekter Qualität produziert werden.

Wir sind ein wenig stolz auf diese Zertifizierung, weil wir damit auch in Zukunft Qualitätprodukte für unsere Kunden sicherstellen können«.



4. Kundenseminar: ProzessStandard Offsetdruck



Unser 4. Seminar am 17. Juni „Wer das Ziel nicht kennt trifft es nicht“ hat bei unseren Kunden großes Interesse geweckt. Wieder einmal durften wir zahlreiche Gäste aus Werbung und Industrie in unserem Hause begrüßen.

Herr Fiebrandt vom Verband Druck & Medien stellte in einer Powerpoint Präsentation die wichtigsten Einstellungen und Fehlerquellen der Datenerstellung vor.

Bei einer anschließenden Betriebsführung wurden unsere Gäste von den Herren Rüdiger Maute und Thomas Völkle über die Druckabwicklung von Aufträgen an den einzelnen Maschinen informiert.

Danach wurde gemeinsam bei leckeren Häppchen und kühlen Getränken weiter gefachsimpelt.

Woher kommt eigentlich das @?

Das kleine Symbol machte Online-Karriere und hat viele Namen. Die Deutschen nennen es Klammeraffe, Affenohr, Krisselfizz oder auch ganz seriös „at-Zeichen“, vom englischen „at“ mit der Übersetzung „bei“ oder „zu“.

Die Funktion des kleinen a mit dem gegen den Uhrzeigersinn gedrehten Kringelkreis ist schnell geklärt: In der E-Mail Adresse steht zunächst der Personennamen, dann das @-Zeichen und dann die Computerdomäne, die den Ort des virtuellen Briefkastens beschreibt.

Der Klammeraffe verbindet Mensch und Maschine für die weltweite Online-Post. Und das bereits seit 1972. In diesem Jahr suchte der Programmierer Ray Tomlinson nach einem Zeichen, das niemals im Namen eines Menschen auftauchen würde und unmissverständlich den Namen des Users von der Domäne trennt. Die Zeit des @ war gekommen. Seine Geschichte begann jedoch schon viele Jahre zuvor:

- 1874 findet man das @ bereits auf den ersten amerikanischen Schreibmaschinen. Englische Kaufleute schrieben das @ schon lange vorher auf ihre Preisschilder, vermutlich inspiriert vom französischen „à“. Also, fünf Äpfel à zehn Cent. Daher wird das @ in der englischsprachigen Welt auch als „commercial a“ bezeichnet.

- In den Akten des deutschen Reichskammergerichts aus dem 18. Jahrhundert taucht das @ mit der Bedeutung „Contra“ auf. Stritten sich also Meier und Müller vor Gericht, nahmen die Juristen den Eintrag Meier@Müller vor.
- Spanische und portugiesische Händler benutzen 1555 das Zeichen als Maß für feste und flüssige Waren: arroba, dargestellt mit einem @.
- 1536 schrieb man in Italien das @ für den Großbuchstaben A, aber auch als Kurzform für „anfora“ (zu deutsch: Amphore). Das @ etablierte sich im Handel.
- Für das Mittelalter gibt es keinen offiziellen @-Nachweis. Sprachwissenschaftler meinen jedoch, dass das @ aus den verschmolzenen Rundungen der Buchstaben a und d des lateinischen „ad“ besteht.
- Seit Mai 2004 ist das @ sogar offizieller Bestandteil des Morsecodes, womit das Morsealphabet die erste Änderung seit 60 Jahren erfuhr.

Und noch etwas: Manchmal benehmen sich Klammeraffen auch ziemlich tierisch. Dann leben sie ganz real in den Wäldern Südamerikas und heißen auf lateinisch „Ateles“. Alles Zufall?

Die Buchstaben-rehenfluge in einem Wrot ist eagl

Nach einer neuen Studie, die unter anderem von der Cambridge University durchgeführt wurde, ist es eagl, in welcher Reihenfolge Buchstaben in einem Wort stehen, Hauptsache, der erste und letzte Buchstabe sind an der richtigen Stelle.

Die restlichen Buchstaben können total durcheinander sein, und man kann es trotzdem ohne Probleme lesen, weil das menschliche Gehirn nicht die Buchstaben einzeln liest, sondern das Wort als Ganzes.

Das 3. SV Druck + Medien-Gewinnspiel

Mitmachen ist ganz einfach. Nennen Sie uns bitte per E-Mail die richtige Antwort an: gewinnspiel@sv-druckmedien.de und Sie nehmen automatisch an der Verlosung teil. Einsendeschluß ist der 30. November 2005.

Die Gewinner werden von uns sofort benachrichtigt. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

Und hier unsere Frage:

Was verbirgt sich hinter dem Qualitätsbegriff PS0?



Und das gibt es zu gewinnen:

Unter den richtigen Antworten verlosen wir als Hauptpreis einen USB-Stick.

PDF ist nicht gleich PDF

SV Druck + Medien hilft Ihnen bei der Datenaufbereitung

In den letzten Jahren war die technische Entwicklung in der grafischen Industrie nicht zu bremsen. Immer neue Standards und Datenformate wurden auf den Markt gebracht. Immer verwirrender wurden die Möglichkeiten, seine Ideen mittels Computer umzusetzen und aufs Papier zu bringen. Die Fehlerquellen wurden dabei nicht weniger, sondern immer mehr - auch im Zeitalter von PDF.

Wenn selbst die »alten Hasen« der Druckvorstufe bei SV DRUCK + MEDIEN zunehmend an die Grenzen der Machbarkeit stoßen, wie sollen es da manche Kunden schaffen, den Überblick zu behalten und die einzelnen Fehlerquellen zu erkennen?

Die Software-Industrie behauptet zwar, mit der richtigen Soft- und Hardware sei alles ganz einfach, aber weit gefehlt. Auch ein gutes PDF beginnt bei einem guten Dokument. Ein Minimum an drucktechnischen Kenntnissen ist die Voraussetzung für „Spaß beim Datenaustausch“.

Lassen Sie sich also vorher von uns beraten - die SV DRUCK + MEDIEN kennt Ihre Anforderungen am besten. Und wenn Ihnen die vielen Fachbegriffe »spanisch« vorkommen, dann erwägen Sie die Möglichkeit, die Daten von uns erstellen oder sich helfen zu lassen. Die eigene Zeit und unnötige Fehlschläge sind oftmals teurer als die Kosten für Satz und Repro bei SV DRUCK + MEDIEN.



Wenn Sie selber Daten anliefern wollen, tun Sie dies am besten in Form eines PDF's. Lassen Sie

sich hierzu die Voreinstellungen für Ihr Programm, den Adobe Distiller und den Druckertreiber von SV DRUCK + MEDIEN geben. Darin sind die Besonderheiten unseres Workflows berücksichtigt, so dass Sie von Beginn an Probleme vermeiden. Am Ende der Layoutphase erhalten Sie ein gutes PDF.

Erzeugen Sie dabei in jedem Fall eine Postscriptdatei und wandeln Sie diese mit dem Adobe Distiller in eine PDF-Datei um. Alle anderen Wege sind noch immer mit Problemen behaftet und die Resultate oft schwer zu verarbeiten. Als positiver Nebeneffekt lösen sich dabei auch

gleich die Transparenzen auf. Viele Anwendungsprogramme überfüllen nur ihre eigenen Elemente und lassen dabei importierte Daten aus anderen Programmen unberücksichtigt. Zusätzlich tun sie dies meist nicht bei der für PDF-Workflows üblichen Composite-Ausgabe (composite = nicht zerlegt in die einzelnen Farbauszüge) der Daten. Somit ist es an der Tagesordnung, »Daten mit ungewissem Inhalt bezüglich Überfüllern« zu bekommen und übernehmen zu müssen.

Eine definitive Angabe zum Status der Überfüllung ist für den Laien unmöglich und für den Profi nur nach genauer Begutachtung der Daten machbar.

Setzen Sie in diesem Fall den Schlüssel für Überfüllung im PDF auf »Unbekannt« oder verzichten Sie auf Überfüllern und lassen diese - wenn nötig - von SV DRUCK + MEDIEN anlegen.

Ähnliches gilt für das Colormanagement. Falsche Angaben sind schlimmer als gar kein Colormanagement. Entscheiden Sie sich vor der Produktion, entweder klassisch oder über ein Colormanagement zu arbeiten. Dabei müssen Sie keine Schwierigkeiten fürchten. Folgen Sie den Vorgaben der ISO 12647-2 und des ECI. Deren Standardprofile und Informationen können Sie aus dem Internet downloaden. Wenn vorher alles zwischen Ihnen und uns aufeinander abgestimmt wurde, kann die gewünschte Qualität erreicht werden.

Zu guter Letzt haben Sie seit Adobe Acrobat 6.0 die Möglichkeit, einen Preflight (Vorprüfung) auf technische Machbarkeit auszuführen, ohne zusätzliche Software kaufen zu müssen. Wenn Sie diese Möglichkeit nutzen, erhalten Sie die beste Kontrolle vorab.

Kostenlos PDF-Dateien prüfen

Ist Ihr PDF für den Offset- oder Digitaldruck geeignet, oder drohen böse Überraschungen? Solche Fragen können jetzt dank eines kostenlosen Online-Angebotes von callas software und der auf Web-to-Print-Lösungen spezialisierten diron GmbH schnell beantwortet werden. Unter www.pdfcity.com lassen sich sehr komfortabel PDF-Dateien preflighten und bezüglich ihrer Eignung als Druckvorlage überprüfen. Es werden allerdings nur Dateigrößen bis 3 MB verarbeitet. Der Anwender erhält einen Report über mögliche Probleme in seiner hochgeladenen Datei und kann diese auch gleich in das PDF/X-3-Format konvertieren. Außerdem besteht die Möglichkeit, mehrseitige PDF-Broschüren auszuschießen sowie Visitenkarten und Fotos platzsparend auf DIN-A4-Bögen zu montieren.

www.pdfcity.com

FE-Mittelschrift: Die Schrift deutscher Autokennzeichen

Jeder kennt sie: Die neue Schrift der deutschen KFZ-Nummernschilder. Und so manch einer hat sich sicher schon gefragt, warum die Buchstaben so seltsam proportioniert und unförmig erscheinen. Wir stellen Ihnen diese interessante Schrift genauer vor.

Der Grund für die seltsamen Buchstabenformen klärt sich schnell, wenn man weiß, was das FE heißt: Fälschungser schwerend.



Denn im Vergleich zur früher verwendeten Schrift DIN ist es nun nicht mehr möglich, mit schwarzer Farbe einfach aus einem P ein R, oder aus einer 3 eine 8 zu machen, da alle Buchstaben der FE Mittelschrift/Engschrift ein völlig individuelles Erscheinungsbild haben, daß sich nicht wie üblich aus anderen Buchstaben ableitet. Man vergleiche z.B. nur die Buchstaben E und F, R und P, oder O und Null, die in fast allen anderen Schriftarten identische Formen besitzen - nicht aber in der FE Mittelschrift.

Die FE-Schrift wurde von der Bundesanstalt für Straßenwesen entwickelt. Wesentlichen Anteil an der Gestaltung der FE-Schrift hatte der

renommierte Schrift-Designer Prof. Karlgeorg Hofer (1914-2000), der im Auftrag der Bundesanstalt für Straßenwesen tätig wurde. Der ursprüngliche Entwurf der FE-Schrift stammte übrigens von einem privaten Erfinder.

Auf einem Autokennzeichen sind alle Zeichen der FE 75 mm hoch. Die Buchstaben sind 47,5 mm breit, die Ziffern 44,5 mm.

Wie auch Interstate (amerikanische Verkehrsschilder) und DIN (deutsche Verkehrsschilder) hat auch die FE Mittelschrift/Engschrift durch ihr individuelles und jedermann bekanntes Aussehen durchaus das Zeug, um auch in der Werbung - z.B. als Headline-Font - Fuß zu fassen.

» . . . Morgen geht das Buch in Druck. Sie müssen uns noch die Daten für die Vakantseite schicken. Die brauchen wir unbedingt noch heute per Boten.«

Die Praktikantin im Verlag war verzweifelt ...

Vakantseiten sind schlicht und einfach komplett leere Seiten.

**vacat (lat.)
= er/sie/es ist leer.**

Herzlichen Glückwunsch dem Gewinner unseres 2. SV Druck + Medien-Gewinnspiels

Den Hauptpreis beim 2. SV Druck + Medien-Gewinnspiel – ein Wein-Set – hat unser Kunde, Herr Arnd Schöllhorn, Director International Sales/Marketing aus dem Hause Julius Teufel GmbH in Wangen gewonnen. Herzlichen Glückwunsch!

7 Fragen an Rüdiger Maute, Kundenberater bei SV DRUCK + MEDIEN



Telefon: 0 74 33-98 93-15
ruediger.maute@sv-druckmedien.de

Wo möchten Sie gerne leben?

In Südtirol oder der Provence.

Ihr ideales Wochenende?

Bei schönem Wetter mit Freunden grillen.

Wer oder was möchten Sie im nächsten Leben sein?

Der Hund bei meinem Nachbarn.

Was kauften Sie von Ihrem ersten selbstverdienten Geld?

Ein gebrauchtes Moped.

Ihre liebsten Print-Produkte?

Schöne Kataloge und hochwertige Broschüren.

Welche besondere Gabe hätten Sie gerne?

In die Zukunft sehen zu können.

Ihr Lebensmotto?

Kopf hoch, auch wenn's noch so dick kommt.

Internet: Spam wird weniger, aber gefährlicher

Spam wird weniger. Das ist die gute Nachricht des jüngsten Reports von IBM zur Computersicherheit, in dem die Erkenntnisse von 3.000 Experten der ganzen Welt zusammengefasst werden.

Doch gleichzeitig steigt die Zahl schädlicher Angriffe auf Computer mit E-Mails, in denen Viren versteckt sind, steil an. Laut dem Report war im Juni bereits jede 28. E-Mail verseucht; Ende 2004 galt das nur für eine von 52 E-Mails. Insgesamt, so die Studie, stiegen die Attacken auf PCs im ersten Halbjahr 2005 um 50 Prozent an. Dabei konzentrieren sich die Internet-Kriminellen immer stärker auf Betrügereien, Erpressung und das Ausforschen geheimer Daten.

Google legt Bücher-Digitalisierung auf Eis

Nach heftigem Gegenwind von Verlegern schränkt die Internet-Suchmaschine Google sein ehrgeiziges Projekt ein, Bücher massenhaft zu digitalisieren und für die Volltextsuche verfügbar zu machen. Google wird bis November keine Bücher einscannen, für die noch Urheberrecht besteht. Durch diese Frist soll den Urhebern die Möglichkeit gewährt werden, gegen eine Digitalisierung ihrer Werke Einspruch zu erheben. Google räumte dieses Veto-Recht auf Druck der amerikanischen Verlagsbranche ein, die in

dem Scan-Projekt unter dem Titel „Google Print“ eine groß angelegte Verletzung von Urheberrechten sieht. Auch wenn die eingescannten Seiten die Google-Server nicht verlassen und nur zur Suche im Text benutzt würden, handele es sich um eine unerlaubte Vervielfältigung, kritisiert die Branche. Google hatte das Projekt mit mehreren großen Bibliotheken in Angriff genommen. Verleger, die ihre Bücher zu „Google Print“ hinzufügen wollen, können dies in Zukunft direkt beantragen. Die Digitalisierung von Büchern, für die der Urheberrecht bereits abgelaufen ist, soll unverändert vorangetrieben werden, berichtete die „New York Times“.

Corporate Typography

Das A und O für die Unternehmens-Kommunikation

Im harten Wettbewerb der Produkte, Dienstleistungen und Informationen gewinnen nur jene Unternehmen, die unmißverständlich auftreten. Wer unprofessionell kommuniziert, verliert. Die Verbraucher haben einen siebten Sinn entwickelt, um wichtige von unwichtigen Informationen zu trennen. Es ist für jeden Menschen geradezu überlebenswichtig, aus Fernsehen, Radio und Printmedien gnadenlos zu filtern. Werden Informationen austauschbar, gehen sie verloren.

Das Zauberwort für den geplanten Auftritt heißt: Corporate Identity (CI). Ihren sichtbaren Ausdruck findet die CI im Corporate Design, dem visuellen Unternehmensauftritt.

Die Basis eines jeden Corporate Design ist Corporate Typography [TM]. Erst wenn die Regeln für die Wiedergabe des geschriebenen Wortes festgelegt sind - Firmenzeichen,

Hausschrift, Korrespondenzschrift, kommen Farbe, Bilder und die Gestaltung ins Spiel. Der Beweis: Erfolgreiche Marken setzen auf unverwechselbare typografische Lösungen, zum Beispiel die Automobilhersteller (Renault, Volkswagen), aber auch Konsummarken (Nivea, Marlboro), Massenmedien (ARD, ZDF) und Dienstleister (Bank 24, Otelo).

Buchtipps des Monats: Sprache wird durch Schrift erst schön!

Schrift hält die Zeit an. Schrift konserviert Worte. Und interpretiert sie. Dafür stehen Tausende von Schriften zur Verfügung. Zu viele, um den Überblick zu bewahren. Und jede von ihnen mit verschiedenen Schnitten. Das wirft Fragen auf: Wie wirkt Schrift? Welche Schrift wofür? Welche Schrift mit welcher?



Wenn aber Erik Spiekermann über Schrift schreibt, über ihre Aufgabe und ihre Wirkung, und nebenbei Alternativen zu den überbelichteten Typen anbietet, die wir langsam nicht mehr sehen können, dann riskieren Sie, einen Termin zu verpassen, und Sie müssen befürchten, daß dies Schriftkäufe nach sich zieht.

Erik Spiekermann über Schrift und die Welt der Typografie. Endlich die aktualisierte deutsche Version des amerikanischen Bestsellers.

192 Seiten mit 75 farbigen Abbildungen und ca. 150 Schriftbeispielen

Euro 29,80

ISBN 3-87439-661-4

SV Druck + Medien GmbH & Co. KG
Wasserwiesen 42 • 72336 Balingen
Telefon: 074 33 - 98 93 - 0
Fax: 074 33 - 47 98
Internet: www.sv-druckmedien.de
Redaktionsteam:
Karin Armbruster
Michael Frühmorgen
Helmut Schatz