Leuchtturmprojekt der Verlage erneuert

Das **DUON-Portal** ist der Branchenstandard für die Druckdatenprüfung und -übermittlung von Anzeigen für Publikumszeitschriften in Deutschland. Nach zehn Jahren war es Zeit für einen Relaunch.

Um den veränderten technologischen Rahmenbedingungen und Nutzergewohnheiten auch im DUON-Portal Rechnung zu tragen, entwickelte der VDZ gemeinsam mit der mediaservice wasmuth GmbH ein komplett überarbeitetes Konzept. Lutz Drüge, Geschäftsführer Print und Digitale Medien im VDZ: »Dabei fanden insbesondere technologische Aspekte sowie die Themen Sicherheit, User Experience und Ressourcenoptimierung Berücksichtigung.« Eine komplexe Aufgabe, denn schließlich galt es, die Anforderungen aller Verlage und mehr als 16.000 User zu vereinen. In zahlreichen Workshops unter Beteiligung der Verlage im VDZ, Agenturen und Technikexperten konnte ein finales Konzept zum Einsatz kommen.

Neue Features für verbesserten Workflow

Neue Features sind u. a. eine umfangreiche Rollen- und Rechteverwaltung zur Steuerung der Verlagsworkflows, eine Kampagnen-Versandfunktion, eine Weboberfläche mit integriertem Empfangsbereich sowie ein Preflight mit optimierten Prüfregeln und Reports. Und das alles auf Deutsch und auf Englisch, da auch viele internationale Kunden und Agenturen das Portal nutzen.

Um einen noch höheren Automatisierungsgrad in der Druckunterlagen-Distribution zu ermöglichen, wurde eine leistungsfähige API entwickelt, die von Verlagen, Agenturen und Dienstleistern verwendet werden kann, um diese in eigene Anwendungen zu integrieren.

Das Portal steht technologisch auf neuen Beinen, die nun sogar »mitwachsen«, denn die neue Cloud-basierte Architektur erlaubt eine automatische Skalierung der Server-Performance. Bei erhöhter Auslastung werden automatisch Rechenkapazitäten aufgeschaltet.

Ein Teil des Service, den die Verlage mit dem DUON-Portal ihren Kunden bieten, ist weiterhin das Support-Team mit Publishing-Experten: Kunden und Agenturen werden u. a. in technischen Fragen zur Druckunter-



Das DUON-Portal

Das DUON-Portal hat seit dem Start im Jahr 2009 bereits rund eine Million Anzeigen in über 800 Titeln an die 42 teilnehmenden Verlage übertragen. Seit dem Relaunch wurden bereits mehr als 6.000 Anzeigen über das brandaktuelle Portal übertragen, mehr als 2.100 Benutzer registriert und fast 1.800 Druckprobleme aufgespürt.

lagenherstellung beraten. Ein neues Help-Center unterstützt die User mit Fachwissen zu Herausforderungen des Publishings.

Benefit für Kunden, Agenturen und Verlage

Das DUON-Portal ist nun auch für kleine Publikums- und Fachzeitschriftenverlage optimiert, Tages- und Wochenzeitungen haben ebenfalls die Möglichkeit zur Anbindung.

»Trotz oder gerade wegen des Premium-Anspruches in der Qualität muss Printwerbung einfach sein, um für Werbekunden auch in zehn Jahren noch die Relevanz zu haben, die es heute hat. Das DUON-Portal leistet einen wichtigen Beitrag in der zunehmenden Automatisierung von Werbung in Printmedien, ohne den Serviceaspekt aus den Augen zu verlieren, und liefert einen Benefit für Kunden, Agenturen und Verlage«, betont der für den Relaunch verantwortliche Projektmanager Holger Schulze Temming von mediaservice wasmuth.

Lutz Drüge stellt heraus, dass »das DUON-Portal ein Leuchtturmprojekt der Verlage im VDZ ist, in dem wir viele Unternehmen und Menschen mit ihren Visionen, Ideen und Wünschen vereint und das wir erfolgreich innerhalb des geplanten Zeitrahmens umgesetzt haben«. ■

Sie überlegen, Ihre Druckdatenabwicklung auf eine neue Stufe zu heben und von den Vorzügen von DUON 2.0 zu profitieren?

Wenden sie sich an den **DUON-Support mediaservice wasmuth GmbH,** Tel. 040/37 41 17-50 oder support@duon-portal.de.



Jens Below
Projektmanager,
mediaservice
wasmuth GmbH

Verlage mit Assen im Ärmel

VDZ-Kommunikationschef **Peter Klotzki** zum Abschied



Peter Klotzki prägte die VDZ-Kommunikation über fast zehn Jahre.

PRINT&more | Nach fast zehn Jahren verlassen Sie den VDZ. Was hat sich aus Ihrer Sicht in dieser Dekade für die Verlage besonders verändert?
PETER KLOTZKI | Es gab weder Fake News noch Hate Speech und erst recht nicht Angriffe auf die freie Presse in Europa und Deutschland. Positiv scheint mir, dass das Bewusstsein für den demokratischen Wert der freien Presse heute deutlich höher ist.

Was zeichnet die Verlage im komplexen Wandel von Gesellschaft und Kommunikation aus?
Der Kommunikationschef eines DAX-Unternehmens sagte mir, »wir«, die Verlage, hätten das Glück, um das viele andere Unternehmen uns beneiden – hochfrequenten Kundenkontakt, wertvolle Inhalte und eine Scharnierfunktion in der Gesellschaft. Die Verlage wurden von der Digitalisierung früh getroffen, aber sie haben dafür starke Asse im Ärmel, mit denen sie sich besser als viele andere Branchen schlagen.

Was waren die bewegendsten Momente Ihrer Arbeit?
Als wir nach dem Anschlag auf die Redaktion von »Charlie Hebdo« sehr spontan mit »Je suis Charlie«-T-Shirts an der Kundgebung am Brandenburger Tor teilnahmen. Die Positionierung zu einer Wertekommunikation hat der Wahrnehmung der Branche und des VDZ gutgetan, hatte viele Wirkungen wie Schutz für bedrohte Journalisten bis hin zum Lob der Bundeskanzlerin.

Sie sind zum 1. März als Hauptgeschäftsführer zum Bundesverband der Freien Berufe gewechselt. Welche Schnittmengen sehen Sie zu Ihrem bisherigen Tätigkeitsfeld?
»Freiheit und Vielfalt« sind hier die Stichworte – von der »freien Presse«, der unternehmerisch finanzierten, zu den »freien Berufen«. Von der Vielfalt von über 500 Mitgliedsverlagen zu einer Vielfalt von über 41 Fach- und 15 Landesverbänden mit ihren Dutzenden von Berufen. Es geht weiterhin um Sichtbarkeit, Erhalt der Differenzierung in einer Welt der (digitalen) Plattformen, und es geht um ein Level Playing Field – vergleichbare Wettbewerbsregeln für in beiden Fällen mittelständisch geprägte Branchen. ■