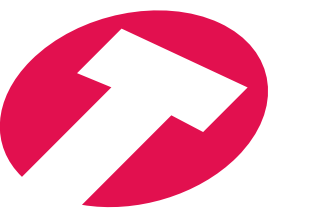


Digicom Publishing Day 2016

Was es bedeutet, für eine bewegte
und in einer bewegten Welt zu publizieren



T O P I X

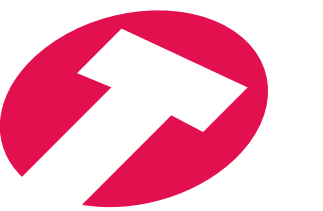
Dieter Herzmann

Topix AG



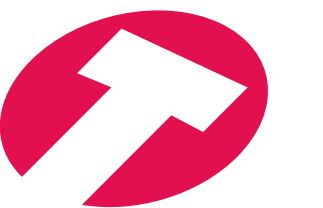
T O P I X

Gedanken zum Tag



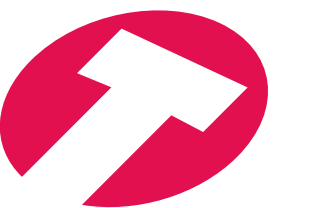
T O P I X

Wo finden wir noch Sicherheit, wo gibt es Klarheit? Wo sind die festen Größen, an denen wir uns festhalten können? Oder spülen die rasanten Veränderungen doch nur alle unsere Bemühungen einfach weg? Haben wir eine eigene Identität oder rennen wir nur jedem Trend hinterher? Liegt im Mobilen und Digitalen oder doch im Analogen die Zukunft? Welchen Stellenwert haben dabei Emotionen und Erlebnisse? – Ein kleiner Exkurs.

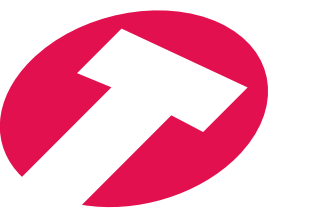


T O P I X

Wo finden wir noch **Sicherheit**, wo gibt es **Klarheit**? Wo sind die **festen Grössen**, an denen wir uns festhalten können? Oder spülen die **rasanten Veränderungen** doch nur alle unsere Bemühungen einfach weg? Haben wir eine **eigene Identität** oder rennen wir nur **jedem Trend hinterher**? Liegt im **Mobilen** und **Digitalen** oder doch im **Analogen** die Zukunft? Welchen Stellenwert haben dabei **Emotionen und Erlebnisse**? – Ein kleiner Exkurs.



Fragmentierung



TOPIX

Workshops – Publishing...

7

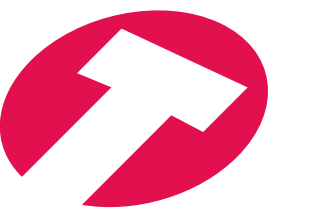
eher Print

12

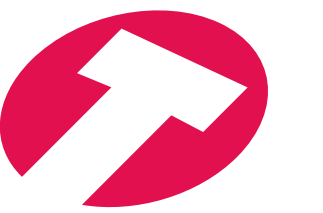
eher Web

5

Print und Web



T O P I X



T O P I X

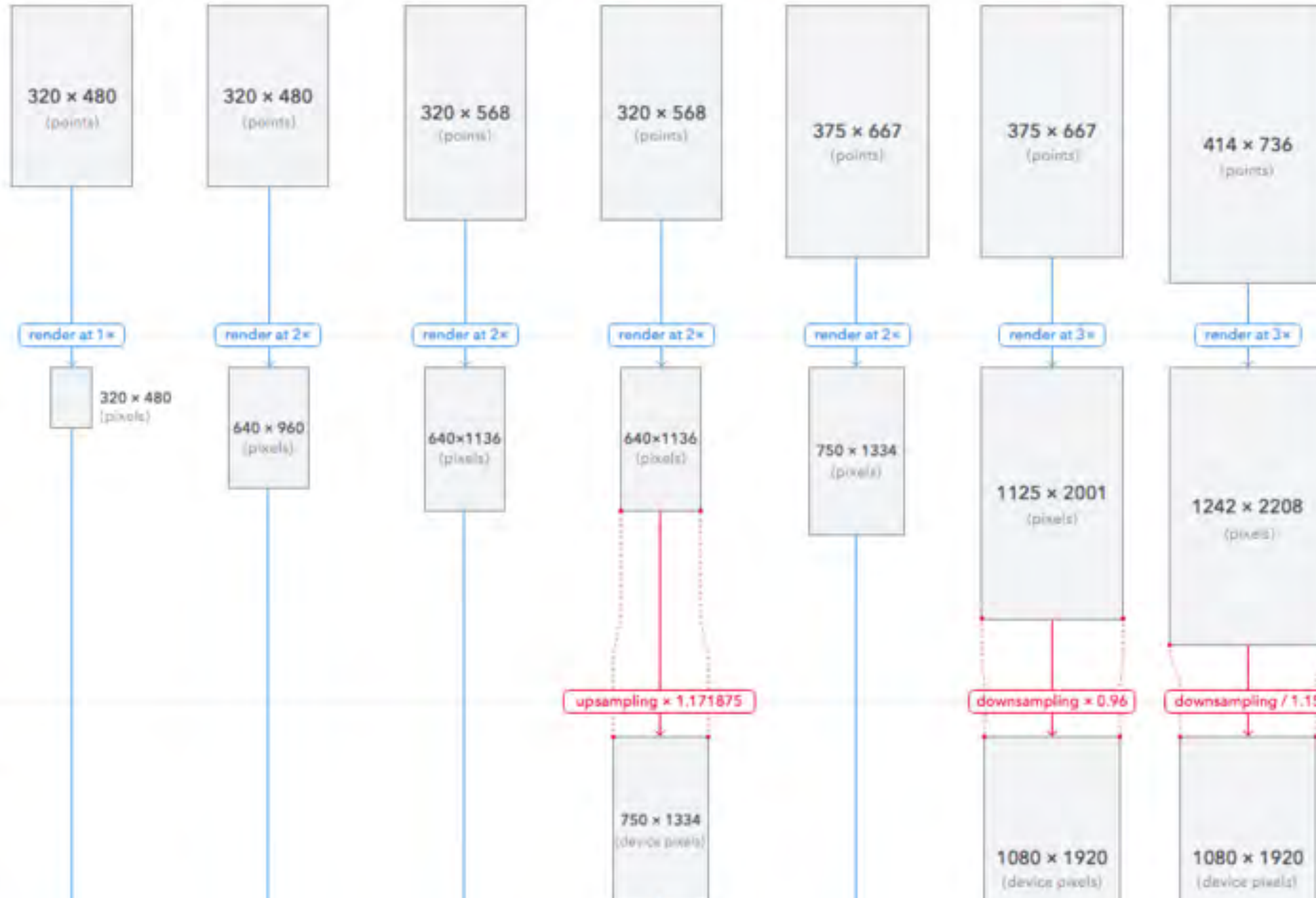




Points

At the beginning, coordinates of all drawings are specified in *points*.

Points are abstract units, they only make sense in this mathematical coordinate space.



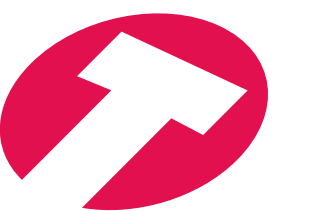
Rendered Pixels

Point-based drawings are rendered into pixels. This process is known as rasterization.

Point coordinates are multiplied by scale factor to get pixel coordinates. Higher scale factors result in higher level of detail.

Physical Pixels

The device screen may have lower pixel resolution than the image rendered in previous step.



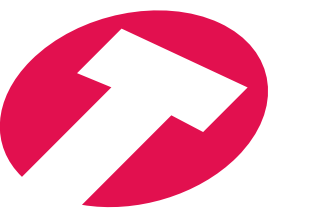
T O P I X

Device Lab



Android Fragmentation 2015

<http://opensignal.com/reports/2015/08/android-fragmentation/>



T O P I X

Sicherheit



TOPIX

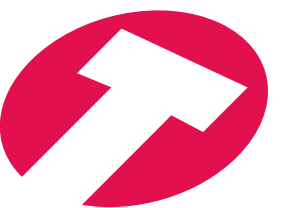
Safe Harbor

Safe Harbor Agreement und US Patriot Act

erlaubt US Behörden, persönliche Daten auszuspionieren

Safe Harbor Agreement garantierte ein gewisses Mass an

Schutz für EU-Daten, die in US Data Centers gespeichert sind



T O P I X

Trust

«Most consumers trusted major brands and companies with their data without knowing how it was stored or who had access to it.»



edoeb.admin.ch

Bundesverwaltung > EDÖB

Kontakt | DE FR IT EN

Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Eidgenössischer Datenschutz- und Öffentlichkeitsbeauftragter (EDÖB)

-- Bitte wählen --

Aktuell **Datenschutz** Öffentlichkeitsprinzip Dokumentation Der EDÖB

Überblick
Internet und Computer
Telekommunikation
Technologien
Handel und Wirtschaft
Handelsregister
Unternehmen
E-Commerce
Kredit und Inkasso
Adresshandel
Kundendaten
Übermittlung ins Ausland
Outsourcing
Safe Harbor
Datenweitergabe an ausländische Behörden
Cloud Computing
E-Privacy (Transparenz im Internet)
Schwarze Listen
Finanzwesen
Zertifizierung
Arbeitsbereich
Gesundheit
Versicherungen
Statistik, Register und Forschung
Polizei, Verteidigung und Migration

Startseite > Datenschutz > Handel und Wirtschaft > Übermittlung ins Ausland > Safe Harbor > Nach Safe-Harbor-Urteil

zur Druckversion

Nach Safe-Harbor-Urteil: Hinweise zur Datenübermittlung in die USA

In seinem Urteil vom 6. Oktober 2015 hat der Europäische Gerichtshof das Datenschutzabkommen Safe Harbor zwischen der EU und den USA für ungültig erklärt. Das Gericht hielt fest, dass die Übermittlung personenbezogener Daten in die USA unter dem Regime des Safe-Harbor-Abkommens problematisch ist. Was bedeutet das nun für die Schweiz?

Solange kein neues Abkommen mit der amerikanischen Regierung ausgehandelt ist, bildet das Safe-Harbor-Abkommen auch in der Schweiz keine genügende Rechtsgrundlage mehr für die datenschutzkonforme Übermittlung von Personendaten in die USA. In der Zwischenzeit empfiehlt der EDÖB, beim Datenaustausch mit US-Unternehmen vertragliche Garantien im Sinne des DSG zu vereinbaren (Art. 6 Abs. 2 lit. a). Auch wenn damit das Problem unverhältnismässiger Behördenzugriffe nicht gelöst ist, kann auf diesem Weg das Datenschutzniveau verbessert werden.

Folgendes muss dabei geregelt werden:

- Personen, deren Daten in die USA übermittelt werden, müssen klar und umfassend über die möglichen Behördenzugriffe informiert werden, damit sie ihre Rechte wahrnehmen können. Der Vertrag zum Austausch von Personendaten sollte die beteiligten Parteien dahingehend verpflichten.
- Die Parteien müssen sich verpflichten, betroffenen Personen die für einen wirksamen Rechtsschutz notwendigen Behelfe zur Verfügung zu stellen, entsprechende Verfahren tatsächlich durchzuführen und darauf ergehende Urteile zu akzeptieren.

Die entsprechenden vertraglichen Anpassungen sollten von den betroffenen Unternehmen bis Ende Januar 2016 vorgenommen werden. Der EDÖB wird, wie auch der Bundesrat, die Verhandlungen zwischen der EU und den USA weiterhin aufmerksam beobachten und seine Massnahmen mit dem Ergebnis dieser Verhandlungen abstimmen.

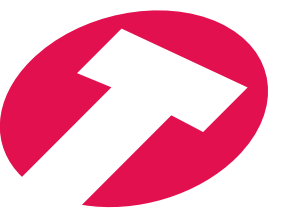
Es bleibt zu beachten, dass die betroffenen Personen in der Schweiz stets die Möglichkeit haben, eine geplante Datenlieferung in die USA durch ein Zivilgericht beurteilen zu lassen.

[Weiterführende Informationen für Unternehmen](#)

[Stellungnahme der Datenschutzgruppe Artikel 29 \(englisch\)](#)

[Zurück zur Übersicht Safe Harbor](#)

Zuletzt aktualisiert am: 27.01.2016



T O P I X

Safe?

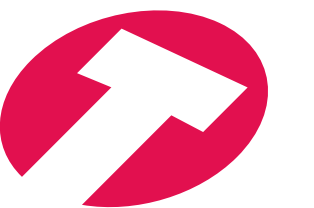
Outsourcing

Cloudisierung

Shadow IT

Denial-of-Service-Attacken, Phishing, Viren, Trojaner, Würmer...

Risk Management



T O P I X



T O P I X

TOPIX AG

Bildstrasse 5

CH-9015 St.Gallen

Tel. +41 71 313 80 40

Fax +41 71 313 80 44

info@topix.ch

www.topix.ch

MERKBLATT

Massnahmen gegen Viren und Trojaner

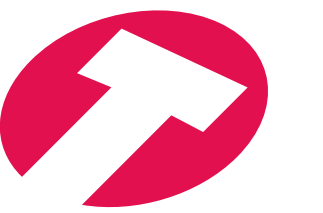
Dieses Merkblatt informiert Sie über die aktuelle Bedrohung durch Verschlüsselungstrojaner und welche Massnahmen Sie dagegen ergreifen sollten.

Wie akut ist die Gefahr?

Seit Mitte Februar häufen sich die Attacken durch Trojaner wie *Locky*, *Cryptowall* oder *TeslaCrypt*. Diese sogenannten Verschlüsselungstrojaner oder Krypto-Locker verschlüsseln sämtliche Dateien, auf welche sie Zugriff haben und machen die Daten somit unbrauchbar. Um die Dateien wieder öffnen zu können, wird ein Lösegeld gefordert. Einige Antivirensoftware können solche Trojaner zwar entfernen, die verschlüsselten Dateien sind aber nicht wieder herstellbar.

Das gefährliche an solchen Trojanern ist, dass sie auch auf allen angehängten Festplatten und sämtlichen erreichbaren Netzlaufwerken Daten verschlüsseln. So können ganze Server-Landschaften unbrauchbar werden.

Rückblende



T O P I X

swiss publishing day – Mai 2012

Bö(r)se

Abhängigkeit

Software kaufen vs. mieten

Publishing swiss publishing days 2012 Publiher 3 2012 39

Impressionen vom ersten swiss publishing day in Winterthur

Von der week zu den days

Statt einer swiss publishing week gibt es dieses Jahr drei swiss publishing days; Cloud-Publishing war das Thema des ersten am 23. Mai.

■ (msg) Mit der Creative Suite 6 macht Adobe einen wichtigen Schritt in Richtung Cloud-Publishing. Die sich daraus ergebenden Perspektiven sollten an diesem Konferenztag aus verschiedenen Perspektiven beleuchtet und am Schluss in einem Podiumsgespräch mit dem Publikum diskutiert werden.

Nachdem Ingo Eichel von Adobe die Neuerungen der CS 6 und die Creative Cloud vorgestellt hatte, spielte Dieter Herzmann von Topix den Bad Guy und wies auf offene Fragen der neuen Adobe Angebote hin und präsentierte Vergleiche zu Kauf und Miete. Urs Felber von A&F Computer zeigte auf, was es zu beachten gibt, damit die hochgelobte Cloud nicht zur «Wolke des Grauens» wird. Haeme Ulrich und Michel Mayerle von ulinchi-media demonstrierten anschliessend in der Praxis, was die neuen Adobe-Tools leisten und welche Funktionen besonders wertvoll sind. Die Skala reichte dabei von gut über genial bis zu obersupercool. Beim Podiumsgespräch stand das Thema Sicherheit zuoberst. Hier gibt es offenbar auch seitens der Anwender noch am meisten Vorbehalte. Das Fazit könnte man etwa so formulieren: Die Cloud kommt bestimmt und zwar auch im Publishing. Bis das aber wirklich reibungslos funktioniert und zwischen Desktop, Tablet und Cloud alles perfekt zusammenspielt, werden noch einige Wolken über den Himmel ziehen!

Nach diesem erfolgreichen Start geht es in der Serie der swiss publishing days am 12. und 13. September weiter. Wir vom Publisher als Organisatoren möchten uns an dieser Stelle herzlich bei unseren Partnern für ihre Unterstützung bedanken. Speziell hervorheben möchten wir die Medienpartner hilfdiselbst.ch und mediaforum.ch, die Partner eCollege und publishingNETWORK sowie Adobe als Hauptsponsor der swiss publishing days 2012.

swiss publishing days 12./13. September 2012
Die beiden swiss publishing days im September haben je einen eigenen Schwerpunkt:

Tag 1: Layout, Workflow und Innovation
InDesign CS 6, PDF-Workflow und Farbmanagement; Workflows rund ums Tablet-Publishing; Touch Apps für Konzeption und Layout Cloud Publishing; innovative Gestaltung.

Tag 2: Bild, Grafik und Kreativität
Photoshop CS 6 inklusive RAW-Workflow, Illustrator CS 6; kreativer Umgang mit den neuen Tools.

Weitere Infos und Anmeldung: www.swiss-publishing-days.ch



Michel Mayerle und Haeme Ulrich demonstrieren die Highlights der CS6 und der Creative Cloud und vergeben dabei Prädikate von «gut» über «genial» bis zu «obersupercool».



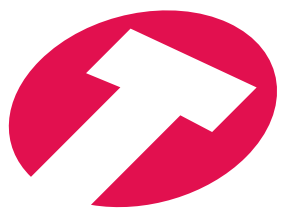
Ingo Eichel informierte aus erster Hand über Adobes neue Produkte rund um die Cloud.



Dieter Herzmann wies mit Augenzwinkern und einem Wortspiel darauf hin, dass das Böse von der Börse komme.



Urs Felber zeigt auf, was es vorzuziehen gilt, damit aus der vielgelobten Cloud nicht eine Wolke des Grauens wird.



T O P I X

offene Fragen – damals

Sind die Adobe Produkte für das Cloud Modell geeignet?

Hält Adobe den erhöhten Serviceanforderungen stand?

Ist Adobe ein verlässlicher Geschäftspartner?

Was ist, wenn die Lizenzabfrage nicht klappt?

Wie steht es mit der Übertragbarkeit von Lizenzen und Content?



offene Fragen – damals

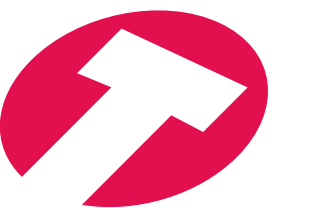
Wie und wann ändern sich die EULAs?

Brauche ich denn wirklich alles was angeboten wird?

Was ist bei einer Umfirmierung?

Wie sieht es mit der Sicherheit/Verfügbarkeit der Dienste aus?

Wie steht es mit der Datensicherung?



T O P I X

offene Fragen – damals

Welche rechtlichen Belange sind zu beachten?

Welche Konsequenzen haben kurze und lange Mietdauer?

Will ich denn jedes Update beziehen?

Was ist bei einer Datenmigration zu beachten?

Wie steht es mit den System Requirements?



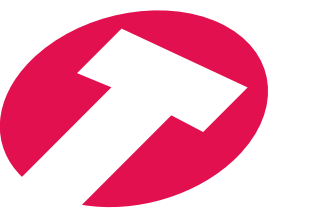
offene Fragen – damals

Kann ich verschiedene Versionen/Miet/Kauf-Modelle parallel nutzen?

Kann ich ältere CS Versionen weiter einsetzen?

Wie steht es mit länderübergreifendem Arbeiten?

Kann ich verschiedene Abos mit gleicher Adobe ID betreiben?



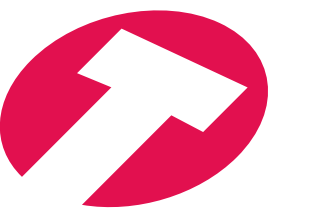
offene Fragen – damals

Wie steht es mit Verlängerungen und Kündigungen?

Kann ich die Miete kündigen und die Software kaufen?

Was passiert mit Content in der Creative Cloud,
wenn ich die Miete aufkündige?

Welche Auswirkungen ergeben sich für Grossunternehmen?



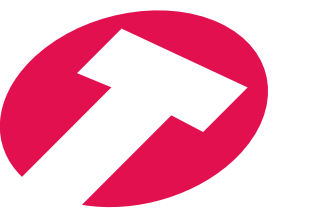
offene Fragen – damals

An wen wende ich mich, wenn ich Probleme habe?

Wird Service kostenlos sein?

Wer garantiert mir Datenschutz?

Wieviel Abhängigkeit ist mir genehm?



Klarheit



T O P I X

Hersteller – Partner – Endkunde

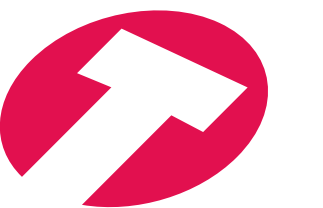
«Puppentheater»

Preis- und Verfahrensdiktat

kein Zwischenhandel

«worldclass support»

Abhängigkeit und Risiko



Beispiel – Adobe DPS

Adobe Digital Publishing Suite

Adobe Publish

Adobe Digital Publishing Solution

Adobe Experience Manager Mobile



T O P I X

Beispiel – Adobe DPS

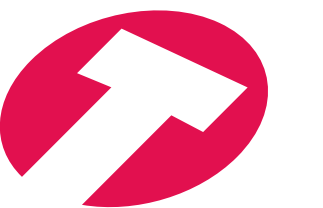
mehrfache Änderung Positionierung

mehrfache Änderung Funktionalitäten

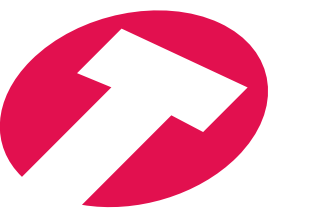
mehrfache Änderung Prozesse

mehrfache Änderung Lizenzmodelle und Preise

mehrfache Änderung Terms of Use



«Mobilmachung»



T O P I X

Mobile

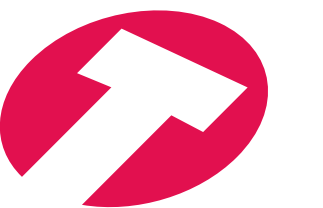
«drahtlos»

virtuell vs. real

always connected

ohne Pause

nicht identitätsstiftend



T O P I X

Mobile Enabler Landscape 2015

Acquired



USER ACQUISITION

App Discovery
 Tapjoy, Chartboost, nativeX, UPSIGHT

App Landing Pages
 appsites, Mobtizer, Placeit, unbounce, UsersThink, LaunchKit, PressKit Generator

App Store Optimization
 appcodes, APPLAUSE, AppMind, appprize, AppRankCorner, Search Man, GUMMICKUBE, MOBILEDEVHQ, apptweak, SensorTower

App Store Data & Research
 App Annie, apptopia, DISTIMO, appfigures, AppMousta, apptrace, MetricsCat, vision mobile, MightySignal, XYO

Incentive Installs
 500MLR, 有米广告, sessionM

ENGAGEMENT

A/B Testing
 APPTIMIZE, PTIMIMO, Optimizely, TAPLYTICS, Splitforce, OneTwoSplit, VESSEL, ARISE.io, Artisan

Analytics
 AMPLITUDE, APPCASA, Chalice, AppSpin, Apsalar, County, padde, mparticle, FLURRY, Google Analytics, Kontagent, Localytics, HeatData, quantcast, captain, PubNub, COMSCORE, onavo, bango, ADITIC, KOCHAVA, mixpanel, GIMBAL, appspense, Segment, playtomic, HEAP, Telerik, Adobe Analytics, clarifity, Keen IO, Placed.

Notifications
 pushio, URBAN AIRSHIP, xtify, Appoxel, GAMETHRIVE, Insights, amazon web services, noti, push wizard

Mobile Marketing Automation
 Appboy, Intercom, Kahuna, leanplum, swrve, appITERATE, webtrends

Feedback & Support
 LIVEPERSON, Zendesk, Apptentive, appsee, helpshift, instabug, HIPMOB, HelpStack, TAP RECORDER, User Echo

MONETIZATION

Marketing Attribution
 AD4PERF, adjust, ADXTRACKING, idclit, TRADEMOB, TUNE, MEDIALETS, TAPSTREAM, PappsFlyer, YOZIO, zenmarketing, TapReason

Monetization
 APPRIX, appsfire, AskingPoint, avocarrot, nextpeer, playhaven, kiip, MOB IN LIFE, Scoreloop, smaato

Deep Linking
 APPURL, URX, deeplink, branch, Button, QUIXEY, APPLINKS, Turnpike, LinkTexting

Demo Tools
 App.io, Reflector, AirServer, Appetize.io

API LAYER

Telephony
 mblox, nexmo, plivo, TROPO, twilio

Payment
 stripe, PayPal

Email
 Postmark, MANDRILL, SendGrid, Message Bus, mailer, @mailgun

DEVELOPMENT

Dev Platform
 appcelerator, appmakr, Corona Labs, unity, Parse, TERRIA MOBILE, sapho, apportable, Layer, StackMob, COCOPODS, Tapku, Qivary, Firebase

Localization
 acclaro, APPLINGUA, Babble-on, gengo, LocalEyes, LocTeam, OneSky, smooth localize, TRANSLUENT, verbalizeit, TranslationsExchange, Colatris

App Builder
 COORDOVA, BiznessAPPS, Xamarin, PhoneGap, Mgr code

Mockup/Prototyping
 AppCooker, AppGyver, blueprint, DevRocket, FIELDTST, FLINTO, fluid, proto.io, inVISION, Keynotopia, Mockability, JUSTIMIND, Sketch Blueprint, LUXPin, WireKit

App Testing
 elusiveshrs, SHAFU, TestFlight, BugClipper, TestBirds, Ubertesters, StartUpLift, Testin, ERBIT, CRITERICISM, lookback, Test Fairy, apphance, bugsense, crashlytics, HOCKEYAPP



2011

2012

2014

2015



100

350

947

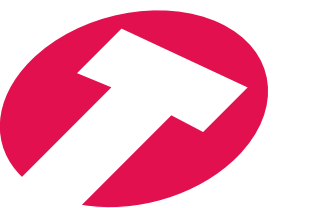
1876

Verstehen Sie das?

Mehr ROI im datenorientierten Unternehmen

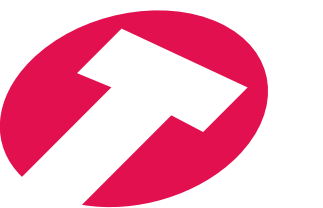
Schaffen Sie mit digitalen Analysen Ihre «Data-driven Dynasty»

CX – UX – UI



T O P I X

Echte Experten

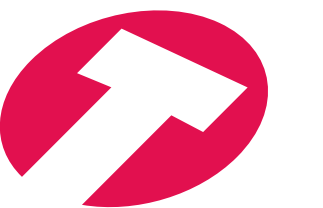


TOPIX

ProzessPiraten – Zitate

«Digitalität läutet eine neue Kultur ein,
die ohne Würde und Identität nicht funktioniert.»

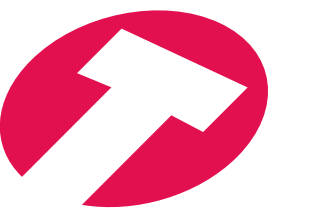
«Vertrauen, Geborgenheit und Persönlichkeit
sind die neuen Spielmacher im Marketing einer
digitalen Gesellschaft.»



ProzessPiraten – Zitate

«Digitalität läutet eine neue Kultur ein,
die ohne **Würde** und **Identität** nicht funktioniert.»

«**Vertrauen, Geborgenheit und Persönlichkeit**
sind die neuen Spielmacher im Marketing einer
digitalen Gesellschaft.»



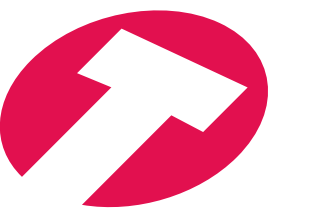


Erlebnisse und Emotionen

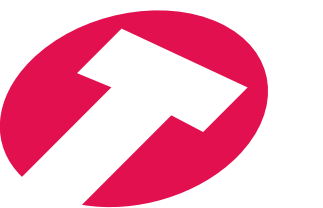
Erlebnis kennt keine Strukturen

stöbern und entdecken ist emotional

Relevanz im momentanen Kontext



wieder analog – menschlich



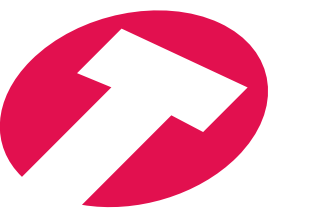
T O P I X





Das neue Digitale ist analog!

Ein Plädoyer und eine These



T O P I X



Danke für Ihre Aufmerksamkeit!
Viel Spass bei der Entdeckungsreise.



T O P I X