

Crossmediale Redaktionssysteme als Basis für mehrmediales Publizieren

Crossmediales Publizieren, Content-Management-Systeme, Digital Asset Management (DAM), E-Books

Verlage wandeln sich zu integrierten Medienunternehmen. Auf diesen Nenner lässt sich die Revolution bringen, die einen der größten Wandlungsprozesse in der Verlagsbranche ausgelöst hat. Ein integriertes Medienunternehmen bietet seine Inhalte in allen denkbaren medialen Formen an. Und um dieses Ziel wirtschaftlich erreichen zu können, müssen Verlage die Voraussetzungen schaffen. Ein wesentlicher Baustein dafür sind die technischen und organisatorischen Grundlagen für das Management von Inhalten. Das Ziel: die Inhalte in einer medienbruchfreien Wertschöpfungskette erstellen, veredeln, publizieren und verwalten. Integrierte Medienunternehmen managen ihre Inhalte deshalb „crossmedial“, das bedeutet im Verlagsbereich: gedruckt und digital, also Internet, E-Book oder mobil. Verlage benötigen für diese Anforderungen Content Management Systeme, die sie bei der Arbeit in beiden Welten unterstützen.

Verschiedene Systeme für unterschiedliche Zwecke

Der Markt der „crossmedialen Redaktionssysteme“ (CRS) ist für Verlage und andere Anwender nur schwer durchschaubar, zu ähnlich sind die Leistungsmerkmale geworden. Aus diesem Grund hat die Heinold, Spiller & Partner Unternehmensberatung gemeinsam mit der Universität Göttingen in einer studentischen Projektarbeit diesen Markt 2009 erstmals einer genaueren Analyse unterzogen und dabei exemplarisch zwölf Anbieter genauer untersucht. Die Systeme kommen aus unterschiedlichen Ursprungsanwendungen, zielen aber vermehrt auf einen gemeinsamen Markt:

1. Web-Content-Management-Systeme wurden für die Publikation von Inhalten auf Internetseiten geschaffen, haben sich zu komplexen Systemen entwickelt, bringen eine Vielzahl von Funktionalitäten mit und können deshalb in Richtung Print-Output erweitert werden.

Die Studie

Sabrina Saturna, Stefan Krueger, Svenja Hagenhoff, Ehrhardt Heinold: Marktstudie zu Crossmedialen Redaktionssystemen, Heinold, Spiller & Partner Unternehmensberatung 2009. 72 S. mit zahlreichen Abbildungen.

Die Studie wurde unter einer www.creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/de/ Creative-Commons-Namensnennung veröffentlicht und kann unter studien@hspartner.de kostenlos bestellt werden.

www.hspartner.de

Ehrhardt Heinold ist Geschäftsführer und Mitgründer der **Heinold, Spiller & Partner Unternehmensberatung GmbH** in Hamburg. Das Unternehmen berät Verlags- und Medienhäuser beim elektronischen Publizieren und den damit verbundenen Herausforderungen, die der Zeitenwechsel der digitalen Welt mit sich bringt. Heinold, Spiller & Partner beschäftigen 3 Mitarbeiter.

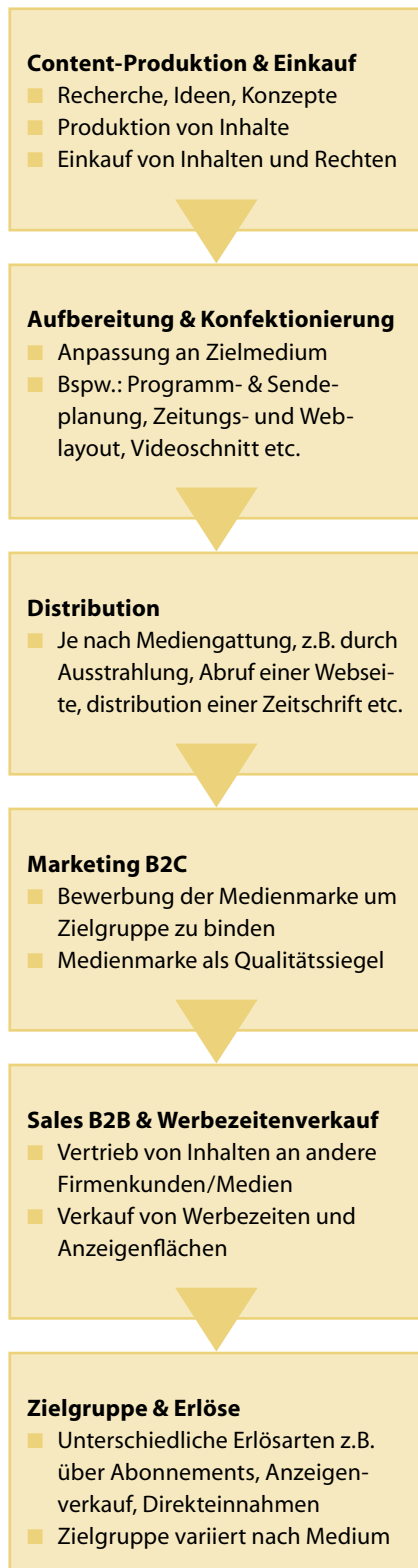


Abbildung 1: Wertschöpfungskette in Verlagen und Medienunternehmen

2. Print-Produktionssysteme wurden für die effiziente Erstellung von Printprodukten, vor allem Zeitschriften geschaffen. Ursprünglich Plugins für DTP-Programme lösen sie sich immer mehr von der Printorientierung und zielen auf das crossmediale Publizieren.
3. Systeme für das Digital Asset Management (DAM) wurden ursprünglich zum Managen von Media Assets wie Bildern, Grafiken oder Produktionsdaten geschaffen. Viele dieser Systeme haben sich nicht nur zu universellen Medienverwaltungstools entwickelt, sondern bieten darüber hinaus Workflow- und Publishing-Funktionalitäten bis hin zum Print-Output an.

Die maßgeblichen crossmedialen Redaktionssysteme (CRS) integrieren die eben genannten Funktionalitäten und sollten möglichst weite Teile der Wertschöpfungskette in Verlagen abbilden – vom Erstellen der Inhalte über das Verarbeiten bis hin zum Vermarkten (siehe Abbildung 1). Damit der Anspruch „crossmedial“ erfüllt ist, muss das System Inhalte in möglichst „medienneutraler“ Form managen, damit Inhalte schnell und möglichst ohne großen händischen Aufwand in unterschiedlichen Medien publizieren werden zu können. Für die Studie wurden nur jene Anbieter berücksichtigt, die den Ausgabekanal Print qualifiziert bedienen können. Qualifiziert bedeutet dabei zweierlei: erstens Unterstützung von redaktionellen Workflows auch im Printbereich und zweitens Speicherung der Inhalte in medienneutralen Formaten.

Die Kernkomponenten: Content, Repository, Publishing

Drei Kernbestandteile bilden in einem CRS den eben skizzierten Workflow ab:

1. Das Editorial System steht am Anfang der Wertschöpfungskette und ist für die Sammlung, Erstellung und Bearbeitung von Inhalten zuständig. In einem CRS sollte der Ansatz „Text vor Layout“ verfolgt werden: Alle Inhalte werden zunächst in möglichst medienneutralen Formaten erzeugt und gespeichert, bevor sie für spezielle Bearbeitungen in medienspezifische Formate (HTML für das Internet, Epub für E-Books oder InDesign für DTP-Nachbearbeitung) transferiert werden. Innovative CRS können aus medienneutralen Formaten medien-spezifische Previews generieren, beispielsweise PDFs für die Printausgabe, die es Redakteuren ermöglichen, Inhalte im Printlayout zu sehen. Das Editorialsystem sollte neben der Contentbearbeitung die redaktionelle Arbeit durch Planungs- und Workflows unterstützen, beispielsweise durch Terminplanung oder Freigabemodi. Führende CRS sind nicht nur „Contentmaschinen“, sondern bieten mit Recherche- oder Sammeltools eine umfassende Arbeitsumgebung für den Einzelnen sowie Teams, beispielsweise mit Benachrichtigungen.

- Das Content Repository hat als zentraler Speicher weit mehr Funktionen als ein reiner Ablageort: Es bietet eine Trennung von Inhalt und Form, die Versionierung, das Metadatenmanagement, die Abbildung von Mikro- und Makrostrukturen wie in Artikel- und Zeitschriftenausgabe, die Verwaltung dynamischer Medientypen (Audio, Video) sowie den gleichzeitigen Zugriff verschiedener Benutzer auf den Inhalt.
- Das Publishing-System organisiert die Ausgabe der Inhalte in verschiedene Medienkanäle. Das kann bei einer Printausgabe auch die Blattplanung umfassen. Neben diesen Kernkomponenten verfügen anspruchsvolle CRS über Tools zur Verwaltung von Daten wie Autoren, von Rechten wie Lizenzinformationen sowie von Abrechnungen, beispielsweise Honoraren.

Gründlicher Auswahlprozess schafft Transparenz

Getrieben durch die Anforderungen der integrierten Medienhäuser erweitern die Systemanbieter ständig ihre Funktionalitäten, die verschiedenen Systemwelten wachsen zusammen. Die Anbieter verfolgen dabei zwei unterschiedliche Konzepte:

- Beim „Best-of-Breed“-Ansatz konzentriert sich das CRS auf seine Kernkompetenz wie die optimale Abbildung aller redaktionellen Workflows und aller weiteren Funktionalitäten. Media Asset Management und Blattplanung werden durch Schnittstellen zu anderen Systemen realisiert. Typischerweise gehen diese Anbieter zusammen mit Partnern in ein Auswahlverfahren.
- Beim „Alles aus einer Hand“-Ansatz bieten Systeme schlicht und einfach möglichst viele Funktionalitäten.

Beide Ansätze haben Stärken und Schwächen. Die Anbieter streben in beiden Fällen nach einem möglichst umfassenden Leistungsspektrum, was die Auswahlentscheidung für Verlage nicht leichter macht. Umso wichtiger ist ein detaillierter Auswahlprozess, der auf einer genauen Analyse der Fähigkeiten der einzelnen Systeme basieren sollte.

Verlage sollten sich bei ihrer Auswahl in erster Linie von ihren zukünftigen Anforderungen leiten lassen und nicht so sehr von finanziellen, technischen oder organisatorischen Erwägungen. Natürlich empfiehlt es sich, bestehende Arbeitsweisen und Workflows vorab zu untersuchen, ebenso wichtig ist die Meinung der Mitarbeiter. Eine Crossmedia-Lösung wird immer zu erheblichen Veränderungen führen – eine Abbildung des Bestehenden ist in der Regel nicht empfehlenswert.

Integrierte Medienhäuser brauchen ein integriertes Auswahlverfahren, das sämtliche Aspekte des crossmedialen Publizierens berücksichtigt (siehe Abbildung 2):

HELD

Suchen · Finden · Wissen

Gegensätze ziehen sich an – und ergänzen sich. Wie Papier und EDV in der Dokumentenverwaltung. Zwei Komponenten, ein System. Kein Problem, sondern die Lösung:

- Dokumentenmanagement
- Archivierung
- ECM
- Arbeitsplatzgestaltung
- E-Mail-Management
- Organisationslösungen

www.hans-held.de



Bändigen Sie Ihre Dokumente.

Mit Lösungen von HELD.

Besuchen Sie uns auf der
CeBIT
 Stand C20
 Halle 3

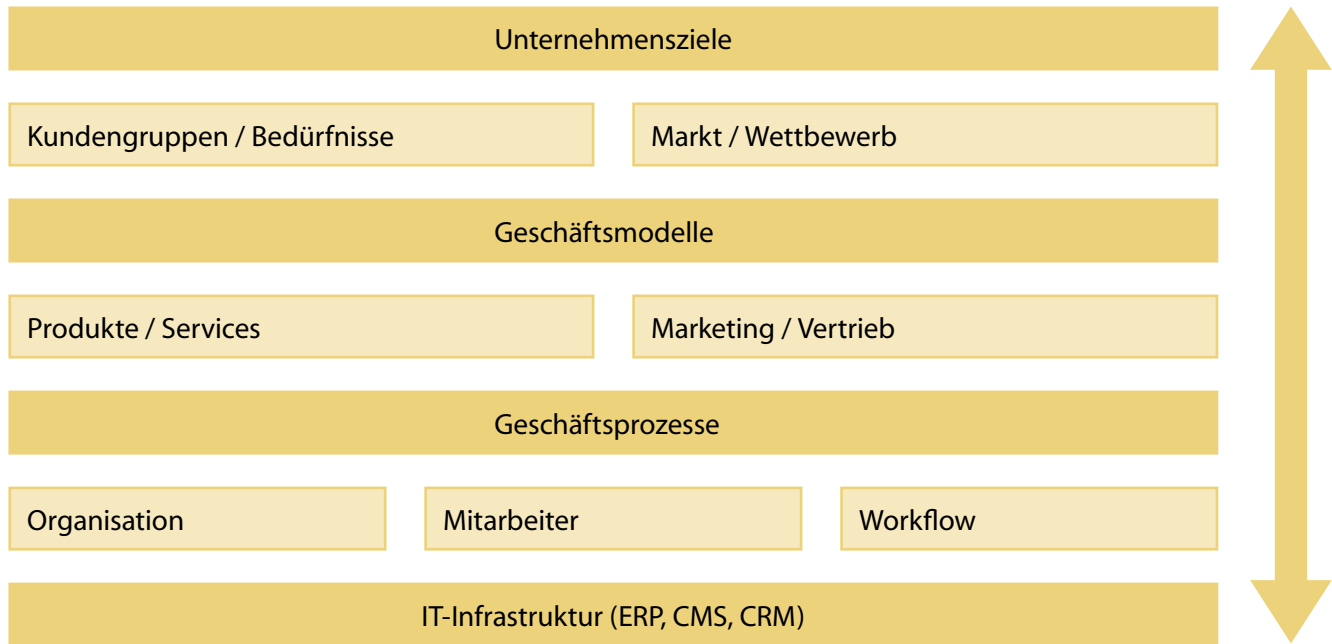


Abbildung 2: Von der Unternehmensstrategie zur IT-Infrastruktur



Abbildung 3: Kernkomponenten einer IT-Infrastruktur für Verlage

- Unternehmensziele
- Geschäftsmodelle
- Produktformen und Inhalte
- Technische Basis
- Workflows
- Mitarbeiter: Fähigkeiten, Flexibilität, Innovationsfreude

Dies sind keine geringen Anforderungen und manche Verlage scheuen den Aufwand für ein solches Verfahren. Andere hingegen versuchen, selbst die kleinste Anforderungsnuance im Lastenheft zu berücksichtigen. Beide Vorgehensweisen führen zum gleichen Ergebnis: Stagnation statt Schaffung einer leistungsfähigen Content-Infrastruktur.

Integration in die IT-Landschaft

Verlage liefern Inhalte aus und müssen diese abrechnen. Dieser einfache Prozess wird im digitalen Zeitalter so komplex, dass er nur noch mit einer integrierten Systemlandschaft abgebildet werden kann. Dazu werden drei Kernkomponenten benötigt (siehe Abbildung 3):

1. Ein ERP-System bildet die Grundlage für alle betriebswirtschaftlichen Prozesse.
2. Ein Content Management System managt alle Inhalte, nicht nur redaktionelle, sondern alle – vom Bild über den Zeitschriftenartikel bis hin zum Autorenvertrag.
3. Ein CRM-System ist die Grundlage für die Vermarktung aller Leistungen.

Nur integriert wird ein Verlag in die Lage versetzt, jeden Content für jedes Medium und jedes Kundenbedürfnis zu publizieren und dies abzurechnen.

Der „menschliche Faktor“: So werden Content-Management-Projekte erfolgreich

Geschwindigkeit ist auch für Verlage ein hoher Wert – sie müssen immer schneller in der Lage sein, auf neue Entwicklungen zu reagieren. Eine Voraussetzung dafür ist ein leistungsfähiges cross-mediales Content Management System. Doch allein mit Software ist es nicht getan: Die internen Prozesse müssen entsprechend verändert werden. Und letztlich stehen die Mitarbeiter vor der Herausforderung, ihre gewohnten Denk- und Arbeitsweisen zu überprüfen und an die Anforderungen des digitalen Zeitalters anzupassen. Bei jedem CRS-Projekt sollten deshalb (neben den Kunden) die Mitarbeiter intensiv mit einbezogen werden. Viele Projektmanager haben schon erfahren, dass es nicht gegen den Widerstand von Redakteuren geht. Nur getragen von einer gemeinsamen Idee wird ein solches Projekt ein Erfolg. Menschen sollten bei jeder Entscheidung für eine Software im Mittelpunkt stehen: als Mitarbeiter, und als Kunden. ■

Sparen Sie sich das nächste Update Ihres Fax-Servers.

Und das nächste, und das nächste, und das nächste, und das nächste.

Wir sorgen weltweit für sichere und zuverlässige Fax-Kommunikation.

Ob SAP-System, Notes oder Exchange/Outlook-Umgebung, Desktop Anwendung oder Internetplattform – wir haben für jede Anforderung die passende Fax-Lösung. Dank der Retarus Fax Cloud benötigen Sie weder Fax-Server noch Leitungen. Das hilft bei der Konsolidierung Ihrer IT-Infrastruktur und senkt die Kosten. www.retarus.com/fax-services