



Themen:

- **XML Content Management - Management von XML-Content?**
- **Das „Forum Innovation“ auf der Frankfurter Buchmesse**
- **Die aktuelle Fachpublikation: E-Commerce in juristischen Fachverlagen**

Kontakt und weitere Informationen:

Ehrhardt F. Heinold
Heinold, Spiller & Partner Unternehmensberatung GmbH BDU
Behringstraße 28a, 22765 Hamburg
Telefon: 040/3986620, Fax: 040/39866232
E-Mail: Ehrhardt.Heinold@hspartner.de, Internet: www.hspartner.de

XML Content Management - Management von XML-Content?

Von Stefan Mintert, freier Berater, Hamburg, E-Mail: stefan@mintert.com

Die Extensible Markup Language (XML) gilt als State-of-the-Art, wenn es um medienneutrales Publizieren geht. Als XML 1998 vom World Wide Web Consortium verabschiedet wurde, waren die Reaktionen sehr unterschiedlich. Für diejenigen, die schon die Vorgängerin SGML kannten, entstand mit XML nichts Neues; je nach ihren Erfahrungen mit SGML - positiv oder negativ - fielen auch die Reaktionen auf XML aus. Andere folgten erwartungsvoll erstmalig der Aussicht auf Single-Source-Publishing.

Heute ist festzustellen, dass XML viel mehr ist als SGML. Dafür sind die vielen Co-Standards von XML verantwortlich, die der XML-Familie einen Reifegrad verleihen, den SGML nie besaß. Auf der anderen Seite lösen auch XML-Techniken das Problem nicht allein. Vieles hängt von der richtigen Nutzung ab, die keineswegs selbstverständlich ist. Des Weiteren sind einige Aspekte eines Cross-Media-Projekts nicht durch XML adressiert, sondern stellen eine Aufgabe für ein geeignetes Werkzeug dar. Einer dieser Aspekte ist die Verwaltung der Inhalte, auch genannt Content Management.

Unter Content Management verstehen viele Menschen ausschließlich Web Content Management, was mit der Idee von Cross Media Publishing nicht viel zu tun hat. Die Verwaltung von Web-Inhalten zielt vorrangig auf das Management des primären Ausgabemediums WWW. Im Gegensatz dazu bieten XML-Content-Management-Systeme Funktionen, die den strukturierten XML-Daten entgegenkommen. Dazu zählen zum Beispiel die parallele Bearbeitung von Dokumentteilen durch mehrere Autoren. Ob tatsächlich solche weitergehenden Funktionen, die auch über das klassische Dokumentenmanagement hinausgehen, benötigt werden, ist im Einzelfall zu prüfen - nicht jedes XML-Projekt braucht ein XML-CMS.

Die Auswahl eines geeigneten CMS zur XML-Verwaltung wird durch einen relativ neuen Entwicklungstrend erschwert: Fast jeder Hersteller proklamiert für sein Produkt eine XML-Unterstützung in irgendeiner Form. Hinzu kommt, dass sich die Vertreter ehemals disjunkter Branchensegmente, wie etwa Dokumentenmanagement und Web-Management, aufeinander zu bewegen. Mittlerweile weisen auch DM-Systeme Funktionen für die Web-Verwaltung auf und auch WCM-Systeme werden mit DMS-Funktionen angereichert; XML gehört meist dazu. Da XML durch seine Eigenschaft als Metasprache in sehr unterschiedlicher Weise in einem IT-System verwendet werden kann, führen die Fragen, ob ein CMS/DMS "mit XML umgehen" könne oder "XML-basiert" sei, zu keiner aussagekräftigen Antwort. Im Zweifel ist es auch mit einem zweiten Blick auf ein CMS nicht getan. Eine genaue Vorstellung darüber, was man mit XML erreichen möchte und wie man arbeiten möchte, verhindert am besten, dass man den zum Teil irreführenden Aussagen bezüglich der XML-Unterstützung leichtfertig glaubt.



Abschließend sei ein weiterer wichtiger Punkt erwähnt: Es wird immer wieder auf die Herstellerunabhängigkeit von XML hingewiesen. Um diese auch im Content Management zu erhalten, ist es notwendig, dass das CMS mit der speziellen XML-Ausprägung (Dokumenttyp) arbeiten kann, die der Anwender vorgibt - nicht umgekehrt. In Anwendungsfällen, in denen die Lebenszeit von Daten und Dokumenten höher ist als die der verarbeitenden Systeme, wird die Systemunabhängigkeit immer wichtiger.

Literaturhinweis: Vom Autor ist in der Fachzeitschrift iX Nr. 2/2003 unter dem Titel „Strukturiert verwaltet“ eine Marktübersicht zu XML-Content Management Systemen erschienen.

Unsere Beratungsleistungen zum Thema Content Management

Wir unterstützen Sie in allen Fragen des modernen Contents Managements – von der Strategieentwicklung bis hin zur Erarbeitung von Lösungsszenarien. Wenn Sie mehr über dieses Thema wissen möchten, wenden Sie sich gern an Herrn Ehrhardt F. Heinold, Telefon: 040/3986620, oder E-Mail: ehrhardr.heinold@hspartner.de.

Das „Forum Innovation“ auf der Frankfurter Buchmesse

Die Frankfurter Buchmesse wird 2003 zum ersten Mal ein Forum Innovation veranstalten. Das Forum wird von Heinold, Spiller & Partner betreut. Auf dieser speziellen Veranstaltungsfläche können unter dem Motto "Publishing Solutions" innovative Lösungen für das Verlagsmanagement vorgestellt werden. Dienstleister erhalten die Möglichkeit, ihre Lösungen vor einem qualifizierten Fachpublikum zu präsentieren.

Ziel des Forums es u.a., anhand von konkreten Fallbeispielen innovative Lösungen für effektives Content-Publishing und Content-Marketing zu zeigen. Dank moderner Technologien, aber auch aufgrund von Veränderungen im Informationsverhalten der Zielgruppen sind Verlage jetzt noch stärker gefordert, ihr Content Management auf eine zukunftsfähige Basis zu stellen: Zukünftig werden vor allem die flexible Contentaufbereitung und die bedarfsorientierte Vermarktung von Content über den Erfolg vor allem von Fachverlagen entscheiden. Hier möchte das Forum Innovation konkrete Lösungswege aufzeigen.

Themen dieses Forums

Folgende Themenbereiche sind geplant (das genaue Programm erscheint voraussichtlich Ende August):

- Content Management
- Datenmanagement (Aufbereitung, Strukturierung etc.)
- E-Book und Contentvermarktung
- Verlagssoftware
- Prepress-Dienstleistungen
- Im Sonderforum "Information Solutions" werden sich Fachinformations-Datenbankanbieter präsentieren.

Ort und Zeit

Das Forum Innovation / Publishing Solutions wird Mittwoch und Donnerstag stattfinden, die Information Solutions am Freitag. Das Forum befindet sich in der Halle 4.2, also in direkter Nähe zu den Fachverlagen und damit in einer sehr attraktiven Lage.

Weitere Informationen zum Forum finden Sie auf unserer Website: [Innovationsforum](#).



Die aktuelle Fachpublikation: E-Commerce in juristischen Fachverlagen

Martin Schüngel untersucht in seiner an der Universität Münster entstandenen Dissertation die „Auswirkungen des Electronic Commerce auf juristische Fachverlage“. Kern der Arbeit ist eine detaillierte und mehrstufige schriftliche Befragung von ca. 30 Experten vorwiegend von Verlagen und Datenbank Anbietern. Die Ergebnisse dieser Arbeit, im Frühjahr erschienen im Gabler Verlag, zeigen, dass die Arbeit der Fachverlage sich noch weiter verändern wird: Sie werden noch stärker kundenindividuelle Produktpassungen und Services bieten müssen. Die zukünftigen Kernkompetenzen bleiben allerdings gleich: Qualitätssicherung, Selektion von Informationen und deren redaktionelle Aufbereitung.

Bei den zukünftigen Produktformen lassen sich zusammenfassend folgende Trends ableiten:

- Gewinner der Entwicklung werden sein: Online-Datenbanken, Nachschlagewerke online (dabei speziell programmierte Arbeitsumgebungen), (individuelle) elektronische Newsletter, kundenspezifische Dienstleistungen, elektronische Zeitschriften, Fachbücher online (z.B. auch für Print-on-demand), Online-Expertensysteme (z.B. für die strukturierte Fallbearbeitung)
- Verlieren werden sein: Gedruckte aktuelle Informationsdienste, Gedruckte Nachschlagewerke (Kommentare, Gesetzestexte, Handbücher), Datenbanken auf CD-ROMs und auch gedruckte Fachzeitschriften
- Nur wenig an Bedeutung verlieren interessanterweise gedruckte Fachbücher (Monographien).

Da sich der E-Commerce längst nicht so rasant wie erwartet entwickelt, hat Martin Schüngel auch ausführlich die Hemmfaktoren untersucht. Haupthemmfaktoren für die weitere Entwicklung der Online-Vermarktung von Inhalten sind nach Meinung der befragten Experten:

- Mangelnde Wirtschaftlichkeit
- Geringe Akzeptanz bei den Nutzern
- Angst vor Kannibalisierung
- Mangelndes Vertrauen der Nutzer in die verlässliche Verfügbarkeit der Inhalte
- Geringer Mehrwert gegenüber notwendiger Umstellung der vorhandenen Arbeitsabläufe und Nutzungsgewohnheiten

Insgesamt sieht Schüngel eine „evolutionäre“ Entwicklung, warnt aber auch davor, sich zu spät auf sich verändernde Kundenverhalten und das sich wandelnde Marktumfeld einzustellen.

Martin Schüngel: Auswirkungen des Electronic Commerce auf juristische Fachverlage. Branchenanalyse und empirische Überprüfung, Deutscher Universitäts-Verlag (Gabler), Wiesbaden 2003. ISBN 3-8244-7824-2.