



HEINOLD, SPILLER & PARTNER
UNTERNEHMENSBERATUNG GMBH

25. CrossMediaForum 2023: Crossmedia-Publishing 2.0: Mehr Medienkanäle, mehr Kundennutzen, bessere Produkte: So nutzen Sie die Potentiale von crossmedialem Publizieren

<http://hspartner.de/jsp292/site/hauptmenue/veranstaltungen/crossmediaforum>

Inhalt

Das 25. CrossMediaForum am 27. Juni 2023.....	1
Crossmedia-Publishing 2.0: Mehr Medienkanäle, mehr Kundennutzen, bessere Produkte.....	1
Vorträge zum Download.....	1
Sechs Gründe, das Forum zu besuchen.....	4
Die Praxistagungen.....	4
Verlage und Unternehmen.....	4
Unsere Beratungsleistungen.....	5

Das 25. CrossMediaForum am 27. Juni 2023

Crossmedia-Publishing 2.0: Mehr Medienkanäle, mehr Kundennutzen, bessere Produkte

80 Teilnehmer:innen haben sich beim 25. CrossMediaForum über die Chancen ausgetauscht, ihre wertvollen Inhalte noch wertvoller zu machen, um den Kunden/innen neue, noch nutzwertigere Produkte und Services zu bieten. Um den Anschluss an die rasanten Entwicklungen im Content-Creation-Business nicht zu verpassen, stehen Verlage vor großen Herausforderungen, die von der semantischen Erstellung und Erschließung von Inhalten über den Einsatz innovativer IT bis zu grundlegenden Veränderungen in der Organisation reichen.

Vorträge zum Download

Die Semantifizierung der Organisation: Warum wir endlich wissen müssen, wer wir sind

Christian Dirschl, Chief Content Architect, Geschäftsbereich Legal, Wolters Kluwer Deutschland GmbH

Die Digitalisierung hat die Welt verändert und die Fachverlage komplett umgekrempelt. Der nächste Schritt ist die Nutzung von Künstlicher Intelligenz. Und zwar nicht übermorgen, sondern heute. Dies erfordert in der praktischen Umsetzung,

dass sich alle Teile der Organisation mit dieser Technologie und der darin enthaltenen Semantik der Fachinformationen beschäftigen. Die Semantifizierung durchdringt nach und nach die gesamte Organisation und hilft dabei, dass wir unser Kundenversprechen zeitgemäß erfüllen können.

Cloudbasiertes und nachhaltiges Multichannel-Publishing in der Praxis

Christian Keck, Head of Sales Xpublisher GmbH

Der Begriff des Multichannel-Publishings ist in aller Munde und aktueller denn je. Leserinnen und Leser nutzen verschiedenste Kanäle, sowohl Digital als auch Print, um Inhalte zu konsumieren. Für Verlage ist diese Entwicklung sehr herausfordernd, bietet aber auch die große Chance, die Reichweite ihrer Inhalte und die Anzahl ihrer Leserinnen und Leser zu steigern. Um langfristig wettbewerbsfähig zu bleiben, müssen Verlage auf das veränderte Konsumverhalten reagieren und sich dem technologischen Wandel anpassen. Mit dem cloudbasierten und nachhaltigen Multichannel-Publishing-System Xpublisher, das als Software-as-a-Service sofort einsetzbar ist, umgehen Verlage langwierige und kostspielige Implementierungsprojekte und stellen die Weichen für eine erfolgreiche Zukunft. In diesem Vortrag werden Ihnen Matthias Kraus, CEO von Xpublisher und Christian Keck, Head of Sales von Xpublisher, Einblicke in die Software-as-a-Service Lösung gewähren und illustrieren, wie Verlage ihre Inhalte an einem Ort erstellen, verwalten und crossmedial publizieren.

6 Verlage, eine Rechtschreibkorrektur, wie funktioniert das? Ein Praxisbericht

Heinz-Detlev Koch, Gründer und Geschäftsführer der EPC Consulting und Software GmbH

Eine Gruppe von sechs Verlagen unter der Führung der Rheinischen Post hat sich entschieden, in ihrem gemeinsamen Redaktions- und Archivsystem die Duden Rechtschreib- und Grammatikprüfung von EPC einzuführen. Wir berichten über die Projektphasen von Anforderungsermittlung, Umsetzung und Integration in das Redaktionssystem von InterRed, den Projektabschluss und unsere Lehren und Erfahrungen.

»Salto Mortale« – digitale Transformation im juristischen Verlag (Fallbeispiel)

Jan Haaf, Kaufmännischer Leiter Richard Boorberg Verlag

»Salto Mortale« – digitale Transformation im juristischen Verlag

Stefan Schmitz, abavo Co-Gründer und Gesellschaftergeschäftsführer

Boorberg und abavo berichten, wie gestützt durch das pragmatische Digitalisierungs- und Automatisationskonzept vlow® das Lektorat und die Herstellung mehr zueinanderfinden (müssen) und gemeinsam Verantwortung für Content und Struktur angetragen bekommen. Neben dem bi-direktionalen(!) xml/word-Prozess, einer komfortablen Dokumentenvorlage und konsequentem Content-Structuring kommt dabei dem systemischen, Algorithmus-basierten CopyEditing inkl. DUDEN-Textprüfung eine wichtige Rolle im verlagsinternen »digitalen Kuhhandel« zu. vlow® ist ein Technologiekonzept der abavo (86807 Buchloe), welches crossmediale, automatisierte Produktion von Print und NonPrint ermöglicht, dabei xml-Technologien und Transformationen intensiv nutzt, diese aber »Normalo-tauglich« einsetzt. xml ist dabei als Dateninput sehr gerne gesehen, doch in letzter Konsequenz reicht »Word«. Das benötigte xml/html entsteht on-the-fly.

Der Faktor Mensch: Erwartungsmanagement und Onboarding als Erfolgskriterium

Helene Langen, Content Transformation Manger und seit 2023 zusätzlich Product

Owner Editorial Platform & Release Management, WoltersKluwer Deutschland GmbH

Wenn Change Projekte anstehen, wird in aller Regel zunächst über Technologien und Prozesse gesprochen. Mindestens genauso entscheidend für den Erfolg eines Projektes ist die Frage, wie interne und externe Autor:innen, Redakteur:innen, Producer und andere Mitarbeiter:innen an Bord geholt sowie Erwartungen und Vorbehalte gemanagt werden können. Helene Langen hat bei Wolters Kluwer Deutschland die Einführung der Editorial Platform PublishOne entscheidend mitgestaltet und berichtet aus der Praxis über Herausforderungen des Onboardings und wie sie gelöst worden sind.

Automatische Qualitätssicherung für Onlineprodukte

Martin Illgen, Projektmanager, Doctronic

„Gestern was das noch ok!“, „Wir haben gar nix gemacht!“ – wenn Sie für eine Website, ein Onlineprodukt oder eine App verantwortlich sind, kennen Sie diese Situationen. Eine Seite ist leer, eine Darstellung zerschossen, ein Knopf hat keine Wirkung. Dabei wurde an dieser Stelle seit Monaten nichts geändert. Seit wann der Fehler existiert? Keine Ahnung, Sie haben da lange nicht draufgeschaut, aber gestern hat sich ein Kunde beschwert. Die Ursachen sind vielfältig. In komplexen Systemen hängt vieles zusammen, was scheinbar weit auseinander liegt. Eine Änderung hier kann ganz woanders unerwartete Auswirkungen haben. Manchmal liegen die Gründe auch außerhalb, wenn zum Beispiel der Browser nach seinem gestrigen Update ein bestimmtes Konstrukt nicht mehr richtig darstellt. Solche unerwarteten Fehler zu finden, bevor sie beim Kunden unangenehm auffallen, ist eine Aufgabe, die mit menschlicher Arbeit kaum wirtschaftlich zu stemmen ist. Deshalb sind automatisierte Tests in der Programmierung seit jeher Standard. Auch für Websites und Anwendungsoberflächen gibt es Werkzeuge zur Testautomatisierung, aber die sind komplex und schwer zu beherrschen. Im Laufe zahlreicher Verlagsprojekte erwuchs bei Doctronic der Wunsch nach einer einfacheren Lösung, die durch Imitation menschlicher Nutzer möglichst realistische Testergebnisse erzielt. Daraus entstand Test-O-Matic. Martin Illgen zeigt an Beispielen aus Verlagsprojekten und der Doctronic-Produktentwicklung, welchen Nutzen automatisierte Qualitätssicherung stiften kann.

Metadaten sind keine Erfindung von Zuckerberg – modernes Multi-Channeling mit alfa Media

Rainer M. Wilbert, Presales Consultant, alfa Media

Sie sitzen allein vor einem Berg von Publikationen und es wird erwartet, dass Sie ganz viele Kanäle umgehend bedienen. Der Vortrag von alfa Media gibt Ihnen eine Hilfestellung, mittels Metadaten die Arbeit in den Griff zu bekommen und Oberwasser zu behalten in einer schieren Flut von Content Assets. Im konkreten Fallbeispiel zeigen wir Ihnen, wie Sie kanalneutral gesammelten Content kanalspezifisch aufbereiten und über angeschlossene Exporter sofort (oder geplant) in verschiedenen Kanälen publizieren. Ob Online-CMS, Blog, Social-Media oder an ein Printsystem. Und damit Sie nicht länger für sich sind, ist dieses Konzept vollständig auf Kollaboration und Transparenz ausgelegt – alle ziehen an einem Strang in einem System. Jedes Team kann sich beim anderen inspirieren lassen, sodass guter Content auch sofort oder aufbereitet wiederverwertet werden kann. Alles für Ihr Newsroom Management – keine Silo-Produktion!

Digitale Transformation bei LexisNexis Österreich (wird nicht zum Download angeboten)

Dr. Anton Geist, Teamleitung Content Lizenzierung & Business Analytic, LexisNexis Österreich

Als Teil der Recht/Wirtschaft/Steuern Fachinformationsbranche befindet sich auch LexisNexis Österreich in einem fundamentalen Transformationsprozess, herbeigeführt durch die allgegenwärtige Digitalisierung sämtlicher Lebensbereiche. In diesem Transformationsprozess gilt es sämtliche Kompetenzen einer Fachinformationsanbieterin weiter zu entwickeln, sei es die Content Sourcing-Kompetenz, der Content Creation-Kompetenz, der Produktentwicklungskompetenz, der Promotion-Kompetenz, die cross-medialen Verwertungskompetenz und die Technologiekompetenz. Der Vortragende berichtet von entsprechenden Entwicklungen, Initiativen und Herausforderungen bei der österreichischen Fachinformationsanbieterin.

GPT-4 & Co.: Chancen und Herausforderungen für das Publishing

Christian Kohl, Director Technology & Engineering, PLOS

Sechs Gründe, das Forum zu besuchen

1. Fallbeispiele aus der Praxis zeigen innovative Lösungsansätze.
2. Dienstleister erläutern die Hintergründe für Lösungen, die in der Praxis funktionieren.
3. Sie erfahren die kritischen Erfolgsfaktoren für die Umsetzung von Content Management.
4. Sie erhalten praktische Hinweise, die Sie sofort umsetzen können.
5. Sie können sich mit Kollegen austauschen und Fragestellungen mit den Referenten besprechen.
6. Sie vernetzen sich mit der Crossmedia-Publishing-Community

Die Praxistagungen

Seit 2002 veranstalten wir das CrossMediaForum. Auf diesen Fachtagungen wird anhand von Praxisbeispielen aktuelles Wissen über Cross Media und Content Management vermittelt. Gleichzeitig können sich die Teilnehmer an den Ausstellerständen über neue Angebote informieren und in den Pausen Erfahrungen austauschen. Da die Plätze erfahrungsgemäß schnell ausgebucht sind, empfiehlt sich eine schnelle Anmeldung!

Verlage und Unternehmen

Bisher hatten wir Teilnehmer/innen u.a. aus folgenden Verlagen / Unternehmen: ADAC Verlag, Beck, Bertelsmann, Bibliographisches Institut, BLV-Verlag, Boorberg, Bund, Bundesanzeiger Verlag, Cartotravel Verlag, Cornelsen, Datev, Deubner, Deutscher Ärzte Verlag, Deutscher Sparkassen Verlag, Egmont, Elsevier, Erich Schmidt Verlag, S. Fischer Verlag, Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik, Gräfe und Unzer Verlag GmbH, Hirmer, Holzmann, Jehle-Rehm, Klett Verlagsgruppe, Klopotek, Koch, Neff & Oetinger, Konrad Theis Verlag, Konradin, Langenscheidt, Motor Presse Verlag, öbv & hpt Verlags GmbH & Co KG, Oldenbourg, Pearson, Publicis, Sony, Schäffer-Poeschel, Schimmel Verlag, Schwäbisch Hall Training GmbH, Springer Verlag, Thieme, Ulmer Verlag, Urban & Fischer, Verlagsgesellschaft Rudolf Müller, Vincentz Verlag, Walter de Gruyter, wdv,

die Potentiale von crossmedialem Publizieren

Wiley VCH, WoltersKluwer, ZDF.

Unsere Beratungsleistungen

- zum Themenbereich Content Management finden Sie [hier...](#)
- zum Themenbereich Media Asset Management finden Sie [hier...](#)