



Themen:

- **Szenarien-Entwicklung im Verlag**
- **Enterprise Content Management: Alle Daten und Inhalte im Zugriff**

In diesem Monat behandeln wir zwei Themen, die in der Verlagsbranche noch recht neu sind. Doch sowohl der Einsatz von Szenario-Technik als auch ein umfassendes "Enterprise Content Management" können für Verlage sehr effektiv sein.

Übrigens: Wir freuen uns über Feedback, wie unser Newsletter bei Ihnen ankommt. Vor allem interessiert uns die Frage, welche Themen Sie sich zukünftig wünschen - bitte mailen Sie einfach Ihre Vorschläge an: newsletter@hspartner.de.

Wir bedanken uns an dieser Stelle für Ihr Interesse und wünschen Ihnen eine schöne Adventszeit!

Ehrhardt F. Heinold
Geschäftsführer

PS: Unser neues Seminarprogramm ist erschienen. Informationen zu Themen und Terminen finden Sie auf unserer Website:

<http://www.hspartner.de/jsp292/contentPath=hauptmenue/leistungen/seminare/seminarprogramm>

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

Achtung: Wenn Sie diesen Newsletter nicht mehr erhalten wollen, schicken Sie bitte eine E-Mail an newsletter@hspartner.de mit dem Hinweis: "abbestellen".

Szenarien-Entwicklung im Verlag

Strategische Planung trifft häufig auf Ablehnung, weil „sich strategische Pläne immer wieder als fehlerhaft erwiesen haben“ oder weil „sich das strategische Management im Alltag nicht kontrollieren ließ“. Umgeben von Schlagworten wie „Shareholder Value“, „Basel II“ und bei zunehmender Intensität des Wettbewerbs konzentrieren sich immer mehr Unternehmen nur auf das Naheliegende: ein möglichst gutes Ergebnis im laufenden Geschäftsjahr zu erzielen. Kurzfristige Umsatzsteigerungen und Kostensenkungsprogramme bestimmen das unternehmerische Denken und Handeln.

Dies wird jedoch nicht unbedingt ausreichen, um die Zukunft des Unternehmens zu sichern, denn der Verzicht auf unternehmerische Planung führt möglicherweise dazu, Zukunftschancen nicht zu erkennen oder dazu, zukünftige Risiken zu übersehen ... oder im schlimmsten Fall zu beidem. Daher gilt es nach wie vor, die für den Verlag relevanten Einflussfaktoren auf sein Geschäft, deren Zusammenwirken und ihre möglichen Entwicklungen in der Zukunft zu erfassen, darzustellen und in visionäre Leitbilder, strategische Ziele und für die Zukunft taugliche Strategien umzusetzen.

Strategische Unternehmensentwicklung sieht sich dabei aber in einer Zeit immer schnellerer Veränderungen einer Aufgabenstellung gegenüber, die mit Hilfe traditioneller Methoden wie z. B. quantitativer Prognoseverfahren nicht mehr zu bewältigen ist. Vielmehr ist ein methodisches Vorgehen gefragt, welches unterschiedliche Zukunftsbilder und komplexe Strukturen berücksichtigt. Eine Methode, die diesen Anforderungen in hohem Maße gerecht wird und dabei auch flexibel eingesetzt werden kann, ist die Szenario-Technik. Hierunter versteht man das Arbeiten mit Szenarien, welches sich in fünf Phasen gliedern lässt:



- Die Szenario-Vorbereitung (u.a. Definition des Untersuchungsgegenstandes und eine Ist-Analyse)
- Die Szenariofeld-Analyse (Identifikation der in der Zukunft wichtigen Einflussfaktoren)
- Die Szenario-Prognostik (Erarbeitung mehrerer alternativer Entwicklungsmöglichkeiten)
- Die Szenario-Bildung (worst case, best case, Basis-Szenario)
- Der Szenario-Transfer (Entwicklung der Leitbilder, Ziele und Strategien).

Was jetzt möglicherweise sehr kompliziert klingt, kann sich in der Realität tatsächlich als sehr komplex herausstellen. Schließlich füllt das Thema auch ganze Bücher (z. B. „Erfolg durch Szenario-Management“, Campus 2001, oder „Szenario-Management“, Hanser Fachbuch 1996, Autoren zum Teil identisch). Das Ganze lässt sich aber aus unserer Erfahrung heraus auch durchaus als überschaubares Instrument in unterschiedlichen Projekten einsetzen, selbst für kleinere Verlage. Anlässe können neben der Entwicklung von Unternehmensstrategien beispielsweise auch die Einführung neuer Technologien, die Erschließung neuer Märkte, Kundengruppen oder Vertriebswege sowie die Entwicklung neuer Produkte sein.

Unsere Dienstleistung im Bereich Szenarien-Entwicklung

Wir unterstützen Sie in allen Phasen, von der Szenarien-Entwicklung bis hin zur Umsetzungsbegleitung. Gerne erstellen wir Ihnen ein konkretes Angebot. Weitere Informationen finden Sie auf unserer Website:

<http://www.hspartner.de/jsp292/contentPath=hauptmenue/leistungen/unternehmensberatung/beratungsmethoden>

Enterprise Content Management: Alle Daten und Inhalte im Zugriff

Die Begriffsvielfalt - und damit auch Verwirrung - im Bereich von Content Management nimmt ständig zu. Ein recht neuer Modebegriff ist das "Enterprise Content Management" (ECM), das einem in den Werbeinformationen von Produktanbietern und auf Fachtagungen begegnet. Was verbirgt sich dahinter?

Die Idee ist einfach, das Konzept ambitioniert, die Umsetzung eher aufwendig: ECM geht vom Ansatz aus, alle Informationen eines Unternehmens auf einer einheitlichen Plattform zur Verfügung zu stellen. Im Unterschied zum klassischen Content Management-Ansatz im Verlag sind beim ECM nicht nur die verlegerischen Inhalte gemeint, sondern vereinfacht gesagt alle geschäftsrelevanten Texte und Dateien. Beispiele dafür können sein: interne Strategiepapiere, Projektdokumentationen, Checklisten, Verträge, Präsentationen, Excel-Auswertungen etc.

Am Beispiel eines Buchprojektes wird der ECM-Ansatz deutlich: Zu dem Projekt gehört nicht nur der Buchinhalt, sondern beispielsweise auch der dazugehörige Autorenvertrag, das Projektstammbaumblatt, die Werbetexte, die Bild- und Produktionsdaten, die Kalkulation, auch die Korrespondenz mit dem Autor. Das Ziel von ECM ist nun, all diese Dateien strukturiert zu verwalten und für alle Beteiligten (interne wie externe!) verfügbar zu machen. Ein geeigneter Ausgangspunkt für ECM ist eine bereits vorhandene Verlagssoftware. Die Anbieter von Verlagssoftware sind deshalb momentan dabei, ihre System in die ECM-Richtung zu erweitern - denn was wäre praktischer, als z.B. über die Titelstammdatenbank auch auf die genannten Dateien zugreifen zu können.

ECM geht also weit über das Managen von verlegerischen Inhalten hinaus. Alle großen CMS-Anbieter bewegen sich in diese Richtung, denn für sie ist es natürlich attraktiv, sich derart tief in den Kernprozessen eines Unternehmens zu verankern. ECM bewegt sich damit strukturell auf der gleichen Ebene wie Business Software (SAP, KlopoteK, Navision, Triagon etc.).



Momentan befassen sich mit ECM eher große Dienstleistungs-, Finanz- und Industrieunternehmen. Doch auch für Verlage liegt der Nutzen auf der Hand: Alle relevanten Dokumente können einheitlich abgelegt und schnell aufgefunden werden. Suchzeiten werden verkürzt, Datenredundanz vermieden.

Diese Zukunftsperspektive sollte bedenken, wer jetzt über die Anschaffung eines Content Management Systems nachdenkt.

Folgende kurze Übersicht skizziert noch einmal zusammenfassend die Softwaresystem-Unterschiede:

- Web CMS: Ein Softwaresystem zum Management von Internetinhalten
- Media Asset Management (MAM): Ein Softwaresystem zum Management von "Assets", also Dateien wie Bilder, Video, Audio, Texte, wird auch als Bilddatenbank bezeichnet
- Enterprise Content Management (ECM): Ein Softwaresystem zum Management aller unternehmerisch relevanten Inhalte
- Dokumenten Management System (DMS): Ein Softwaresystem zum Management von Dokumenten, typischerweise wurden damit früher Rechnungen und andere Belege als binäre Dateien verwaltet
- Content Management: Ein businessorientierter Ansatz zum wertsteigernden Management von Inhalten - und kein Softwaresystem!

Das aktuelle Seminar: Media Asset Management: Verlags-Assets erfolgreich und effektiv managen

Das Seminar findet am 29. Januar 2003 in München statt. Die Teilnahme ist kostenlos, wenn Sie sich frühzeitig anmelden. Weitere Informationen dazu finden Sie auf unserer Website:

<http://www.hspartner.de/jsp292/contentPath=hauptmenue/leistungen/seminare/cms-seminar>

Unsere Dienstleitungen in diesem Bereich

Im Bereich Media Asset Management begleiten wir Sie bei allen Entscheidungsprozessen:

- Analyse der Ist-Situation
- Entwurf eines Umsetzungsszenarios
- Erstellung eines groben Pflichtenheftes
- Begleitung bei der Lösungssuche (Dienstleistungsauswahl, Briefing)
- Umsetzungsbegleitung
- Gutachten

Ein aktuelles Fallbeispiel zum Thema finden Sie auf unserer Website:

<http://www.hspartner.de/jsp292/contentPath=hauptmenue/fallbeispiele/e-consulting/assetmanagement>
