



Thema dieser Ausgabe:

- **Vom Produktgestalter zum Prozessmanager: Neue Studie zeigt, wohin sich die Verlagsherstellung entwickelt**
- **Dokumentenschutz (DRM) auf dem Rückzug?**

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

Vom Produktgestalter zum Prozessmanager: Neue Studie zeigt, wohin sich die Verlagsherstellung entwickelt

Von Ulrich Spiller, ulrich.spiller@hspartner.de

Dass Verlage sich im Umbruch befinden, ist nicht neu. Aber über die konkreten Auswirkungen dieser Tatsache auf die Organisation und die Arbeitsabläufe findet man wenig Aussagen und noch weniger Literatur. Daher haben wir uns mit einem wichtigen Verlagsbereich, nämlich der Herstellung, ausführlicher in Form einer Studie befasst.

Gemeinsam mit der Firma Klopotek & Partner GmbH und unter Mitwirkung einer Projektgruppe der Hochschule für Wirtschaft, Technik und Kultur Leipzig (FH) wurde die Studie zum Thema „Herstellung im Verlag - Status quo und Perspektiven“ erstellt. Diese untersucht die Veränderungen in der Herstellungsabteilung im Zusammenhang mit neuen Geschäftsmodellen und den dazugehörigen Prozessen in Buch- und Zeitschriftenverlagen unter Berücksichtigung unterschiedlicher Marktsegmente und Verlagsgrößen.

Ausgangspunkt waren dabei folgende Hypothesen:

1. Es wird auch weiterhin Printprodukte geben.
2. Informationen und Verlagsprodukte werden in Zukunft verstärkt elektronisch vermarktet bzw. verkauft.
3. Im Zuge der Medienkonvergenz wird dieses Angebot auf unterschiedlichen Ausgabekanälen überall nachgefragt werden und muss daher überall erhältlich sein.
4. Fach- und Special-Interest-Verlage werden in Zukunft nur dann erfolgreich sein, wenn sie moderne Technologie für ihr Angebot nutzen.
5. Auf Grund zunehmend individuellerer Bedürfnisse wird dabei die Nachfrage nach Standardprodukten zurückgehen.
6. Herstellerische Aufgaben werden daher von Printing-on-Demand (PoD) bis zu Intranet-publishing reichen.

Hieraus haben wir folgende Herausforderungen abgeleitet:

- Inhalte müssen in allen Formaten, in allen Medien und in allen Distributionskanälen verfügbar gemacht werden: Print, E-Book, Online, Mobile. Das trifft sogar auf das Buch zu.
- "One Brand, all media": Multimediale Produkte und crossmediale Markenführung wird Kernkompetenz unter Berücksichtigung unterschiedlicher Marktsegmente und Verlagsgrößen.



- Standardisierung von Produkten, Datenformaten und Workflows.
- Effektive Prozessgestaltung.
- Transparenz bei Aufgaben und Abläufen.
- Ausbau der internen und externen Software-Schnittstellen (EDV, Controlling).
- Datenmanagement im "Content Life Cycle": Von der Erstellung bis zur Archivierung.
- Wachsende Bedeutung von Soft Skills wie Projektmanagement und Teamführung.

Zur Überprüfung dieser Hypothesen und Annahmen wurden Herstellungsleiter (Rücklauf ca. 33 %), Geschäftsführer (Rücklauf ca. 25%) und Experten aus Verlagen, von Dienstleistern und aus Hochschulen befragt. Zentrales Ergebnis: Sowohl die Hersteller als auch die Geschäftsführer sagen, dass die Herstellung sich zukünftig verändern wird. Vier Faktoren sind die Haupttreiber bei diesem Veränderungsprozess:

1. Die Entwicklung der Märkte.
2. Die Veränderung der technologischen Möglichkeiten.
3. Die zunehmende Digitalisierung und Vernetzung.
4. Die wachsende Vielfalt von Produkten.

Um diesen komplexen Wandlungsprozess zu bewältigen, gewinnen moderne Analyse- und Managementtools an Bedeutung: Knapp 90% % der Hersteller halten eine systematische Workflowsteuerung für notwendig. Daneben bekommen Softwarewerkzeuge wie Redaktionssysteme eine wachsende Bedeutung.

Das klassische Herstellungswissen muss dazu ergänzt werden um die Bereiche Datenstrukturierung, Cross Media Publishing und Workflow-Analyse. Auch die Managementkompetenz der Hersteller muss sich erweitern, vor allem in den Bereichen Projektmanagement, strategisches Denken und Teamfähigkeit.

Die Studie zeigt insgesamt, welchen wichtigen Beitrag Hersteller für den Wandlungsprozess und damit für die Zukunftssicherung von Verlagen leisten (müssen). Das Ergebnis ist zugleich ein Appell an die Hersteller, diesen Prozess aktiv zu begleiten und sich und ihre Abteilungen fit für die Zukunft zu machen. Außerdem kann es als Grundlage dienen für Konsequenzen in der Ausbildung. Auch auf diesen Aspekt geht die Studie mittels Befragungen von Praktikanten, Praktikumsunternehmen und Alumni der HTWK Leipzig ein.

Bestellangaben

„Herstellung im Verlag. Status quo und Perspektiven.“ Hg. v. Ehrhardt F. Heinold und Ulrich Spiller. Unter Mitarbeit von Helmut von Berg und einer Projektgruppe der HTWK. 122 Seiten, farbig. Preis: 199,- EUR zzgl. MwSt. für Verbandsmitglieder (Börsenverein, Deutsche Fachpresse, vdz, BDZV), sonst 249,- EUR zzgl. MwSt. Die Studie kann per [E-Mail](#) bei uns bestellt werden.

Dokumentenschutz (DRM) auf dem Rückzug?

Von Ehrhardt F. Heinold

Jahrelang hat die Musikindustrie das Onlinegeschäft u.a. mit dem Argument verhindert, dass die Dateien dann unkontrolliert weiter verbreitet werden können. Apples iTunes, das die Musikbranche revolutioniert hat, konnte nur starten, weil es einen Kopierschutz (sog. Digital Rights Management, kurz DRM) integriert hat. Doch DRM bereitet Probleme für die Kunden und damit für die Vermarktung: Dateien können oft nur auf einem Gerät abgespielt werden, der Kunde fühlt sich zudem kontrolliert.



Apple-Chef Steve Jobs hat deshalb Anfang Februar an alle Plattenfirmen einen Brief geschickt mit der Bitte, auf DRM-Schutz zu verzichten. Spektakulärer erster Erfolg: Der Musikkonzern EMI erlaubt als erster, ungeschützte Musikdateien via iTunes zu verkaufen, mit einem Preisaufschlag von 30 Cent pro Titel.

Viele kleine Plattenlabels haben das schon immer so gemacht, mit Erfolg, wie Spiegel Online berichtet: "Dass es auch anders geht, demonstrieren einige kleinere Online-Plattenläden bereits seit geraumer Zeit. So bezeichnet sich der auf Independent-Labels spezialisierte Hamburger Anbieter finetunes selbst als einen der "größten Online-Distributoren". Dort kostet Musik, ebenso wie im iTunes Store, 0,99 Euro pro Song im Einzelkauf und 9,99 pro Album - das alles aber generell ohne DRM. Denn, so sieht es die Firmenphilosophie vor, "kostenpflichtige Musik-Download-Services werde erst dann erfolgreich sein, wenn sie mindestens genauso komfortabel und attraktiv sind wie vergleichbare illegale Angebote". Dass ein System ohne DRM Erfolg haben wird, da ist man sich bei finetunes sicher, denn "Kunden geben gerne Geld aus, es muss nur funktionieren und Spaß machen".

In einer Untersuchung hatten wir 2006 festgestellt, dass die meisten Verlage auf DRM verzichten. Allerdings überlegen einige die Einführung. Die neuesten Entwicklungen im Musikbereich sollten die Verlage ermutigen, Downloads so einfach wie möglich zu machen und den Kunden zu vertrauen. Spiegel Online: "Mit der Ankündigung von heute macht EMI ohne Frage einen riesigen Schritt in die richtige Richtung."

Weiterführende Links

- Artikel aus [Spiegel Online](#)
- [Wikipedia-Artikel](#) zu DRM
- [AG Piraterie](#) des Börsenvereins zu DRM
- Zeitschrift "Technikfolgeabschätzung" mit dem [Schwerpunkt DRM](#) im kostenlos Volltext

Die Themen im HSP-Blog zum Publishing-Business im April

Eine Auswahl von Themen, die wir im April in unserem Blog behandelt haben – bitte einfach anklicken, dann gelangen Sie zum ganzen Artikel:

- [Kinder- und Jugendbuch: Ein wachsender Markt?](#)
- [Wohin entwickelt sich die Verlagsherstellung?](#)
- [Preisbindung! Preisbindung?](#)

Zwei spannende Seminare: Redaktionssysteme und Web 2.0

Die Vertriebsunion Meynen bietet spannende Fachseminare an, u.a. mit uns als Referenten. Profitieren Sie von unserem Beratungswissen, und erarbeiten Sie zusammen mit Kollegen innovative Lösungsmodelle für Ihre Zukunftsfragen.

Die Seminare finden im Schulungszentrum der Vertriebsunion Akademie in Eltville statt. Weitere Informationen finden Sie auf der Website <http://fachmedien.net/seminare.html>.

Erfolgreiches Content Management im Verlag: Vom Redaktionssystem zum Cross Media Publishing

Eine moderne Infrastruktur zur flexiblen Erstellung, Verwaltung und vor allem Publizierung von Inhalten wird für immer mehr Verlage überlebenswichtig – nur so können Verlage von den vielfältigen Möglichkeiten des Cross Media Publishing profitieren. Mittlerweile werden zur Umsetzung dieser Anforderungen zahlreiche Softwarelösungen angeboten – und zwar von verschiedenen Dienstleistern (Systemanbieter, Integratoren, Satzbetriebe, Drucker). Der Markt wird dadurch immer unübersichtlicher, die Auswahl schwieriger. Das Seminar gibt einen kompakten Überblick und liefert Entscheidungshilfen.

Termin: 5. Juni 2007



Referent: Ehrhardt F. Heinold

Web 2.0 für Verlage – Chance oder Hype?

Dieses Seminar zeigt aktuelle Entwicklungen auf und diskutiert die Frage, wie Verlage auf diese Entwicklungen reagieren können. Die Teilnehmer erhalten zudem die Gelegenheit, in Arbeitsgruppen an eigenen Fragestellungen zu arbeiten. Das Seminar liefert Denkanstöße und keine fertigen Geschäftsmodelle. Es bietet ein Forum zur Reflektion von Entwicklungen, die zukünftig jeden Verlag betreffen werden.

Termin: 27. November 2007

Referent: Ehrhardt F. Heinold