



HEINOLD, SPILLER & PARTNER
UNTERNEHMENSBERATUNG GMBH

HSP-Newsletter Ausgabe 5/2015

Wenn Sie das [nächste CrossMediaForum am 23. Juni 2015](#) in München noch zum Frühbucherrabatt buchen wollen, dann sollten Sie sich bis zum 22. Mai entscheiden. Es lohnt sich - wir haben wieder ein spannendes Programm zusammengestellt.

Auf das CrossMediaForum weist auch [unser erster Beitrag](#) hin: Christian Kohl, Director Information & Publishing Technology bei de Gruyter, erläutert darin das Konzept und das Potential des NoSQL-Ansatzes, das er auf dem CrossMediaForum in einer Key Note erläutern wird. Seine Kernthese: "NoSQL bietet für dokumentlastige Anwendungen, wie sie bei uns Verlagen nun mal im Vordergrund stehen, große Potenziale hinsichtlich Performance, Kosten, time to market und Flexibilität."

[Der zweite Artikel](#) setzt unsere Serie zu Methoden-Schnell-Checks fort: Thorsten Schlaak beschreibt darin Einsatzmöglichkeiten und Voraussetzungen für eine systemische Beratung. Sein Fazit: "Wenn man Perspektivenwechsel und den Rückgriff auf verlagseigene Ressourcen für ein probates Mittel zur Lösung von Problemen hält, gleichzeitig an nachhaltigen Veränderungsprozessen interessiert ist und die Organisation für zukünftige, von außen getriebene Veränderungen stärken will, dann lohnt sich eine intensive Auseinandersetzung mit systemischen Beratungsansätzen."

Zwei innovative Konzepte, die einen näheren Blick lohnen, um auch Ihren Verlag noch zukunftssicherer zu machen.

Last but not least finden Sie einen Hinweis auf ein innovatives Event, das die Verlagsbranche mit Unternehmen zusammenbringt, die sich mit dem Thema Content näher beschäftigen wollen: Die [Content World](#) findet direkt vor der Buchmesse statt und bietet die Gelegenheit, sich mit diesem Trendthema näher zu beschäftigen.

In diesem Sinne wünscht viel Spaß beim Lesen

Ihr

Ehrhardt F. Heinold

Inhalt dieser Ausgabe

- [NoSQL-Datenbanken: Kein Hype, sondern eine Schlüsseltechnologie für Verlage](#)
- [Methoden-Schnell-Check Systemische Beratung: Neue Möglichkeiten schaffen, vorhandene Ressourcen aktivieren](#)
- [Das 17. CrossMediaForum zum Thema Mehrfachverwertung](#)
- [Die Content World: Das Event zum Thema Content Marketing und Content Strategie](#)



HEINOLD, SPILLER & PARTNER
UNTERNEHMENSBERATUNG GMBH

HSP-Newsletter Ausgabe 5/2015

NoSQL-Datenbanken: Kein Hype, sondern eine Schlüsseltechnologie für Verlage

Interview mit Christian Kohl, Director Information & Publishing Technology de Gruyter

Vor allem Verlage mit großen Mengen an Inhalten (Dokumenten) beschäftigen sich mit einer Technologie, die unter dem Namen „NoSQL-Datenbank“ immer weitere Verbreitung findet. Diese Datenbanken sind vor allem dann stark, wenn sehr viele unterschiedlich strukturierte Dokumente verwaltet und publiziert werden sollen. Christian Kohl, Referent auf dem nächsten CrossMediaForum, hat beim Verlag Walter de Gruyter diese Technologie eingeführt und erläutert im folgenden Interview, welche Gründe dafür ausschlaggebend waren und wo die Vorteile liegen.

NoSQL ist das Zauberwort im Bereich Content Management. Worin liegt das Revolutionäre dieses Ansatzes?

Christian Kohl: Revolutionär ist sicher ein zu großes Wort. Je nach Anforderungen, Content-Typen und Mengen lässt sich auch mit SQL als Basis sehr gutes Content-Management betreiben. NoSQL, oder präziser dokumentenorientierte Datenbank ("document-oriented" oder "document store") als Unterklasse von NoSQL-DB sind dann wertvoll, wenn große Mengen von Dokumenten mit unterschiedlichen oder sogar sich verändernden Strukturen verarbeitet werden sollen. Das Neue an den dokumentenorientierten NoSQL Datenbanken (DB) ist, dass Dokumente nicht mehr 'geschreddert' werden müssen, damit sie in die Reihen/Zeilen Struktur einer relationalen DB passen, sondern i. d. R. das Dokument als solches in die DB eingespeist wird und diese dann entsprechende Operationen darauf ermöglicht. Hinzu kommt, dass diese DB häufig kein Schema erfordern, es also nicht im Voraus notwendig ist, alle aktuellen und möglichen künftigen Datenstrukturen zu definieren und zu modellieren, sondern die Dokumente 'as is' in die DB übernommen werden können. Damit ist ein schnellerer Start möglich, bspw. mit einem Rapid Prototyping Ansatz.

Welche Rolle spielt XML beim NoSQL-Absatz?

Christian Kohl: NoSQL hat erst einmal nichts mit XML zu tun. Da im Publishing Bereich der Content in den meisten Fällen in XML-Dokumenten vorliegt, wird NoSQL häufig synonym mit "document store" gebraucht. Es geht also um eine Unterklasse von NoSQL-DB, nämlich den dokumentorientierten, und hier noch einmal speziell den XML-Datenbanken. Eine SQL-Datenbank hat ein relationales Datenmodell als Grundlage, grob vereinfacht besteht alles aus Zeilen und Spalten, Werte stehen in Zellen. Eine dokumentorientierte NoSQL-XML-Datenbank hat als Datenmodell XML. Wenn der Anwendungsfall nun das Speichern und Verarbeiten von XML-Dokumenten ist, liegt die Schlussfolgerung nahe, dass eine Datenbank, welche diese Dokumente unverändert speichern und bearbeiten kann, dafür besser geeignet ist, als eine relationale Datenbank, die den Content erst in Zeilen und Spalten zerhacken und dann jeweils wieder zusammensetzen muss. Rein technologisch betrachtet ist eine dokumentorientierte NoSQL-XML-Datenbank der best fit für Anwendungsfälle, bei denen große Mengen XML-Dokumente im Fokus stehen. Was nicht bedeutet, dass es nicht trotzdem andere Gründe geben kann, die dagegen sprechen.



HEINOLD, SPILLER & PARTNER
UNTERNEHMENSBERATUNG GMBH

HSP-Newsletter Ausgabe 5/2015

De Gruyter arbeitet seit einiger Zeit mit einer NoSQL-Lösung. Was sind die wesentlichen Veränderungen? Worin liegen die Vorteile?

Christian Kohl: Die Vorteile liegen für uns auf der Performance und auf der Kostenseite. Wir setzen eine NoSQL XML DB ein, die gleichzeitig auch noch eine Suchmaschine ist. Dadurch sparen wir einerseits Lizenzen und /oder Implementierungskosten für eine separate Suchmaschinenlösung, andererseits profitieren wir von der deutlich besseren Performance der XML-DB im Vergleich zu einer relationalen Lösung. Konkret bedeutet das für uns bessere Skalierbarkeit und niedrigere Hostingkosten.

Die größte Veränderung ist das konzeptionelle Umdenken, wenn man aus der relationalen Welt kommt. Kein DB Schema mehr, keine aufwendige Normalisierung, Xquery statt SQL als Abfragesprache. Glücklicherweise ist das für uns als Verlag relativ einfach gewesen, da wir ohnehin XML Know-how im Haus haben. Insofern stellen Xquery und xslt keine Hürden für uns dar. Das kann in anderen Firmen sicher schwieriger sein, wenn Mitarbeiter lange Jahre SQL Erfahrung haben und jetzt radikal umdenken müssten.

Wenn ich ein NoSQL-Konzept umsetzen will – was muss ich dabei besonders beachten?

Christian Kohl: Wie bei der letzten Frage schon erwähnt, sind die Menschen und ihre Fertigkeiten mit das Wichtigste: muss ich möglicherweise Umschulungen durchführen, interne Widerstände überwinden? Haben meine Dienstleister das nötige Know-how, denn Xquery ist noch längst nicht so weit verbreitet wie SQL? Daneben gibt es aber auch technische Aspekte: Was sind meine Anforderungen an Konsistenz, Sicherheit, Wiederherstellung, Backup? Je nachdem, wie hier die Anforderungen aussehen, scheiden einige populäre NoSQL Lösung sofort aus. Schließlich noch der Aspekt der Nachhaltigkeit: Wie etabliert ist die Software, die ich einführen möchte, welchen Support gibt es, welche Dienstleister? Hier gibt es große Unterschiede je nach Software im Vergleich zu SQL. Für Oracle oder Microsoft DB findet sich bspw. jederzeit überall ein Dienstleister, der helfen kann. Bei einigen NoSQL-Lösungen wird es schon schwieriger unter Umständen.

Neben kommerziellen Lösungen gibt es auch Open Source-NoSQL-Datenbanken. Welche Vor- und Nachteile sehen Sie für diese beiden Ansätze?

Christian Kohl: Es gelten grundsätzlich erst einmal dieselben Vor- und Nachteile wie bei nicht-DB Software auch. Bei den dokumentorientierten No-SQL Datenbanken kommt allerdings hinzu, dass es meines Wissens aktuell nur eine Datenbank gibt, welche die [ACID-Kriterien](#) erfüllt. Das wird gerne auch als "enterprise feature" bezeichnet. Wenn ich diese Dinge benötige, bspw. um jederzeit ein Rollback machen zu können, Konsistenz zu gewährleisten oder weniger verwundbar gegen Hardwareausfälle zu sein, dann gibt es momentan keine echte Alternative zu der kommerziellen Variante. Aber nicht alle Anwendungsszenarien benötigen diese Features, insofern haben auch OpenSource-Lösungen ihren Platz.

Ist NoSQL immer die Antwort, oder machen SQL-Lösungen auch in Zukunft Sinn?

Christian Kohl: Natürlich gibt es auch weiterhin Anwendungsszenarien, in denen SQL-Lösungen Sinn machen. Es wird aber sicherlich eine Verschiebung geben, bei der NoSQL mehr und mehr Gewicht gewinnen wird. Gerade im Kontext von "Big Data" und Echtzeit-



HEINOLD, SPILLER & PARTNER
UNTERNEHMENSBERATUNG GMBH

HSP-Newsletter Ausgabe 5/2015

Anwendungen im Web gibt es sehr viele Fälle, in denen NoSQL technologisch betrachtet die bessere Lösung ist. Nicht umsonst haben Unternehmen wie Facebook oder Google, deren Existenzgrundlage große Datenmengen sind, eigene NoSQL-Datenbanken entwickelt und im Einsatz.

Ihr Vortragsthema auf dem [CrossMediaForum](#) lautet: Crossmedia-Publishing mit NoSQL-Techniken: Möglichkeiten, Einsatzszenarien, Bewertung. Was wird die Kernbotschaft sein?

Christian Kohl: Die Kernbotschaft wird im Wesentlichen eine Synthese aus dem oben gesagten: NoSQL bietet für dokumentlastige Anwendungen, wie sie bei uns Verlagen nun mal im Vordergrund stehen, große Potenziale hinsichtlich Performance, Kosten, time to market und Flexibilität. Dass die meisten großen Verlage inzwischen eine solche Technologie einsetzen, spricht für sich. Dass kleinere Verlage es häufig noch nicht tun, ebenfalls. Wie bei jeder neuen Technologie gibt es Einstiegshürden und Unsicherheit, ob es wirklich nützlich oder nur der nächste Hype ist, von dem in zwei Jahren niemand mehr spricht. Ich glaube nicht, dass es ein Hype ist, sondern für unseren Sektor gute Chancen hat, zu einer Schlüsseltechnologie zu werden.

Methoden-Schnell-Check Systemische Beratung: Neue Möglichkeiten schaffen, vorhandene Ressourcen aktivieren

Von Thorsten Schlaak, thorsten.schlaak@hspartner.de

Die Welt wird komplexer, dynamischer, verlangt größere Flexibilität und schnellere Anpassungsfähigkeiten, auch von Verlagen und ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Hier knüpft die Systemische Beratung mit dem Versprechen an, dass die beteiligten Personen selbst die konkreten und individuellen Antworten und Lösungen für diese Fragestellungen entwickeln können. Sie leistet bei dieser Entwicklung in einer sich immer schneller verändernden Welt „Hilfe zur Selbsthilfe“. Aber wie kann das gelingen?

Die zentralen Fragen für eine Systemische Beratung sind:

- Wie gehen wir als Organisation mit Veränderungen in unserer Umwelt um?
- Wie haben wir diese Einflussfaktoren in der Vergangenheit erfolgreich bewältigt?
- Welche Verarbeitungsmuster wollen wir entwickeln, damit wir auch in Zukunft überleben und erfolgreich arbeiten?
- Welche Lernprozesse müssen wir dafür in Gang setzen?

Zunächst ist zu klären: Systemische Beratung liefert kein fertiges Erfolgsrezept, vielmehr ist sie mit intensiver Arbeit aller Beteiligten verbunden. Denn Systemische Beratung setzt auf die Personen, die in einer Organisation tätig sind, entwickelt neue Handlungsmöglichkeiten und initiiert Lern- und Entwicklungsprozesse. Der Beratungsansatz zeichnet sich also nicht dadurch aus, einen spezifischen Ratschlag zu geben, sondern er unterstützt Personen, Teams



HEINOLD, SPILLER & PARTNER
UNTERNEHMENSBERATUNG GMBH

HSP-Newsletter Ausgabe 5/2015

oder ganze Organisationen dabei, für sich die richtige Lösung zu finden. Es ist eben ein Unterschied, ob ein Berater den sprichwörtlichen Fisch anbietet oder das Fischen lehrt, damit der so Beratene auch langfristig satt wird.

Als Zweites: Systemische Beratung ist keine Methode im engeren Sinn, vielmehr verwendet der Beratungsansatz eine ganze Reihe von Methoden und Vorgehensweisen, die auf den gleichen, zumindest ähnlichen Voraussetzungen, Begrifflichkeiten und Sichtweisen basieren. Es gibt also nicht die Systemische Beratung, sondern eine Vielzahl unterschiedlicher Herangehensweisen und Gestaltungsmöglichkeiten. Im Ergebnis haben sie gemeinsam, dass die Kommunikationen und Unterscheidungen, die ein soziales System (Organisation, Gruppe, Team) vornimmt, im Mittelpunkt der Beratungsarbeit stehen. Auf diese Weise werden die Ressourcen, die die beteiligten Personen mitbringen, zur Entwicklung von dauerhaften Lösungen genutzt. (Frei nach dem bekannten Spruch: Wenn Siemens wüsste, was Siemens weiß.)

Als Drittes sind die Wurzeln zu nennen: Die Basis bilden eine konstruktivistische Sichtweise der Welt (z.B. v. Foerster, v. Glasersfeld), die Wissenschaftstheorie (E. Mach, Popper u.a.), die Theorie sozialer Systeme (Parsons, Luhmann, Maturana, u.a.), Kommunikationstheorien (Bateson, Watzlawick, Berne, von Thun u.v.m.). Historisch hat sich die Systemische Beratung von Organisationen aus der systemischen Familientherapie entwickelt. Eine ausführlichere, aber dennoch kompakte Darstellung ist in Fritz Simons „[Einführung in die systemische Organisationstheorie](#)“ zu finden. Aus diesen Wurzeln heraus hat sich eine spezifische Sicht auf organisierte Zusammenarbeit entwickelt, die ein Unternehmen (Team, Arbeitsgruppe etc.) als soziales System betrachtet, das durch Kommunikationen, insbesondere Kommunikation von Entscheidungen seine ganz eigene Sichtweise auf seine Umwelt und auf sich selbst entwickelt. Mit Hilfe dieser Sichtweisen werden die Beobachtungen der Umwelt verarbeitet und z. B. in Strukturen, in Mustern zur Entscheidungsfindung oder in Hierarchien verfestigt.

Diese grundlegenden wie vielfältigen Wurzeln bestimmen und charakterisieren die Praxis der systemischen Beratung, die gekennzeichnet ist durch:

- **Zielorientierung:** Systemische Beratung hat die Sicherung des Überlebens, den Erfolg des Systems und die Stärkung der Zukunftsfähigkeit im Blick.
- **Entwicklung von Alternativen:** Dabei geht es um Perspektivenwechsel, Denk- oder Interaktionsmuster und um die Ermöglichung neuer Verhaltensoptionen und neue Problemlösungen.
- **Arbeiten auf Augenhöhe:** Systemische Berater arbeiten wertschätzend, ressourcen- und lösungsorientiert, sie setzen dazu Methoden und Werkzeuge ein, die diese Ausrichtung in der Arbeit mit komplexen Systemen erleichtern. Systemische Beratungen setzen nicht auf direkte Vorgehensweisen, sondern auf als Impulse verstandene Interventionen.
- **Systemische Perspektive:** Beteiligte erfahren in der Systemischen Beratung, was systemische Kategorien bedeuten und können sie selbst verwenden.



HEINOLD, SPILLER & PARTNER
UNTERNEHMENSBERATUNG GMBH

HSP-Newsletter Ausgabe 5/2015

In der Praxis werden Systemische Beratungsprozesse ähnlich vorbereitet wie in der konventionellen Organisationsberatung: Nachdem Anlass und Anliegen geklärt sind, wird in Abhängigkeit vom Umfang der Aufgabe eine Architektur für den Beratungsprozess entwickelt, das Design der einzelnen Maßnahmen definiert und schließlich auch über die Verwendung von geeigneten Werkzeugen entschieden. Damit wird ein Rahmen vorgegeben, der die Fokussierung auf den Lern- und Entwicklungsprozess sichern soll und in dem inhaltliche, soziale und zeitliche Gestaltungsräume angeboten werden. Auch die Elemente der Architektur sind mit den Elementen der konventionellen Beratung vergleichbar: Es werden unter anderem klare Projektrollen festgelegt, Evaluationen und Rückspiegelungsworkshops durchgeführt und Kern- und Steuerungsgruppen definiert. Dabei ist der entscheidende Unterschied zur konventionellen Organisationsberatung, dass Systemische Beratung auf den Entwicklungsprozess und auf Veränderungen der Organisation als soziales System fokussiert. Damit stehen „Lernen lernen“, umfassender Kompetenzgewinn und die Fähigkeit, Veränderungen zu bewirken bzw. auf sie zu reagieren, im Fokus.

Bewertung

Die **Stärken** der Systemischen Beratung liegen in der Freisetzung von Potenzialen auf persönlicher und organisationaler Ebene. Die Erarbeitung von neuen Lösungsmöglichkeiten und die Stärkung der „Selbsteilungskräfte“ des jeweiligen sozialen Systems zählen zu den Pluspunkten des Beratungsansatzes. Die Entwicklung neuer Sichtweisen und neuer Handlungsoptionen durch die Beteiligten machen das Wort „alternativlos“ quasi bedeutungslos. Zumindest ist es für Systemische Berater eine Provokation.

Die **Grenzen** der Methoden sind klar abgesteckt. Wer Interesse daran hat, dass der Verlag besser und schneller auf Veränderungen im Markt reagiert und neue Themen einfacher im Verlag implementieren will, wird in diesem Beratungsansatz viele Chancen zur Veränderung der Organisation entdecken. Wer an schnellen, fachlichen Rezepten interessiert ist, wird sie hier so nicht finden. Wenngleich gerade in jüngster Zeit Mischformen der Systemischen Beratung diskutiert und erprobt werden, die fachliche Beratung beispielsweise als Impuls begreifen und dennoch den Entwicklungsprozess der Organisation (des sozialen Systems) in den Vordergrund stellen.

Das Organisationsverständnis des Systemischen Beratungsansatzes unterscheidet sich wesentlich von herkömmlichen Sichtweisen: Es betrachtet Organisationen als Ort der Zusammenarbeit, eben als soziales System, und es stellt die Bedeutung von internen und externen Interaktionsmustern für Veränderungsprozesse in den Mittelpunkt. Und hier zeigt sich eine **Schwäche**: Wenn Auftraggeber diese Überzeugung nicht teilen, werden sie vermutlich nicht diese Beratungsform wählen, obwohl gerade diese Grundhaltung systemische Berater vermuten lässt, dass es Bedarf gibt. Wenn diese Grundhaltung geteilt wird, dann können dennoch fehlende fachliche Impulse oder Recherchen zu unbefriedigenden Ergebnissen führen. Man hätte dann doch eher den sprichwörtlichen „Fisch“ auf dem Teller und nicht nur die Aussicht „fischen zu lernen“.



HEINOLD, SPILLER & PARTNER
UNTERNEHMENSBERATUNG GMBH

HSP-Newsletter Ausgabe 5/2015

Fazit

Wenn man Perspektivenwechsel und den Rückgriff auf verlagseigene Ressourcen für ein probates Mittel zur Lösung von Problemen hält, gleichzeitig an nachhaltigen Veränderungsprozessen interessiert ist und die Organisation für zukünftige, von außen getriebene Veränderungen stärken will, dann lohnt sich eine intensive Auseinandersetzung mit systemischen Beratungsansätzen oder - ganz im Sinne agiler Vorgehensweisen - ein erster Test im Kontext einer begrenzten konkreten Aufgabenstellung.

Wenn Sie mehr wissen wollen

Gerne informieren wir Sie über die Möglichkeiten, auch Ihren Verlag durch eine Systemische Beratung weiter zu entwickeln. Bitte wenden Sie sich direkt an Thorsten Schlaak (thorsten.schlaak@hspartner.de).

Das 17. CrossMediaForum zum Thema Mehrfachverwertung

Das 17. CrossMediaForum wird am 23. Juni 2015 in München stattfinden und beschäftigt sich mit einer Anforderung, die immer öfter an Verlage gestellt wird: "Umsetzungsszenarien für mediengerechtes CrossMediaPublishing". Das Thema adressiert die Frage, wie Redaktionen und Verlage unterschiedliche Versionen und Aufbereitungsformen am besten crossmedial erstellen und publizieren können. Bei diesem CrossMediaForum wird es um folgende Fragen gehen:

- Wie kann XML für die unterschiedlichen Aufbereitungsansätze genutzt werden?
- Welche Perspektiven bietet der No-SQL-Ansatz?
- Wie sieht der Content-Workflow für unterschiedliche Contentversionen aus?
- Wie können Metadaten optimal genutzt werden?
- Wie lassen sich unterschiedliche Metadaten für unterschiedliche Versionen erstellen und verwalten?
- Welche Möglichkeiten, aber auch Grenzen hat der Single Source-Ansatz?

Programm

- **Workflows und Cross Media-Publishing flexibel gestalten durch den XML-Standard XQuery – ein Ausblick**
Sebastian Wiemer, Managing Consultant, adesso AG
- **Crossmedia-Publishing mit NoSQL-Techniken: Möglichkeiten, Einsatzszenarien, Bewertung**
Christian Kohl, Director Information & Publishing Technology, Walter de Gruyter GmbH
- **Mit automatisch generierten Metadaten zum Erfolg – Über On Demand Publishing und vertriebskanalspezifische Metadaten**
Alexander Siebert, Geschäftsführer Retresco GmbH



HEINOLD, SPILLER & PARTNER
UNTERNEHMENSBERATUNG GMBH

HSP-Newsletter Ausgabe 5/2015

- **Cross Media Publishing mit der XSEARCH PDF Publishing Suite am Beispiel der Fachzeitschriften des Klett-Cotta Verlags**
Norbert Weitkämper, Geschäftsführer Weitkämper Technology GmbH, Thomas Kleffner, Leiter Zeitschriften, Klett-Cotta Verlag
- **GROH Verlag: Eine Xmediale Geschichte von der Symbiose zwischen Kreativität und Technologie**
Ulrike Zillmann, Datenbankmanagement, Groh Verlag, Matthias Kraus, Geschäftsführer, appsoft Technologies GmbH
- **Raus aus der Belanglosigkeit – Mehr Sichtbarkeit durch zentrales Metadatenmanagement**
Ralph Kissner, Geschäftsführer, Six Offene Systeme GmbH
- **Von der Industrie lernen: Effizientes Crossmedia-Publishing durch Prozessoptimierung und Standardisierung**
Jörn Fahsel, Wissenschaftlicher Mitarbeiter, Fachbereich Buchwissenschaft, Universität Erlangen
- **Crossmedia-Publishing – eine Bilanz: Vom Single Source-Traum zur Multichannel-Realität und wieder zurück**
Ehrhardt F. Heinold, Geschäftsführer, Heinold, Spiller & Partner Unternehmensberatung GmbH
- **Round Table-Diskussionen mit den Referenten**

Änderungen des Programms sind möglich!

Kostenlose Erstberatung am Vortag!

Denken Sie in Ihrem Haus zurzeit darüber nach

- wie sich Inhalte noch effektiver produzieren und zukunftssicher archivieren lassen?
- was notwendig ist, um Produkt- und Produktionsdaten optimal zu verwalten?
- wie sich mit der semantischen Aufbereitung von Inhalten neue Produkt- und Vermarktungsformen erreichen lassen?
- was bei der Einführung eines Media Asset Systems oder Content Management System zu beachten ist?

Dann profitieren Sie von unserer Expertise aus zahlreichen Crossmedia-Projekten und kommen Sie zu unserer kostenlosen Erstberatung am Vortag (22.06.2015) - selbstverständlich unverbindlich und absolut vertraulich. Alle Informationen zu diesem Angebot finden Sie auf unserem [Infoblatt](#).

Termin, Ort, Konditionen

Das CrossMediaForum findet am 23. Juni 2015 in München im Hotel Maritim (Goethestraße 7) statt. Die Teilnahmegebühr beträgt 100 EUR zum **Frühbucherrabatt (bis 22.05.2015)**, dann 150 EUR (jeweils zzgl. Mehrwertsteuer). Sie können sich per [E-Mail](#) anmelden oder per Fax über das [Infoblatt](#).



HEINOLD, SPILLER & PARTNER
UNTERNEHMENSBERATUNG GMBH

HSP-Newsletter Ausgabe 5/2015

Die Content World: Das Event zum Thema Content Marketing und Content Strategie

Erstmalig veranstaltet Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH vom 12. - 13. Oktober 2015 unter dem Titel Content World die internationale Content Marketing Konferenz und Expo. Die Veranstaltung findet im Vorfeld der Frankfurter Buchmesse statt und wird die gesamte Wertschöpfungskette des Content Marketing abbilden: Content Strategie, Storytelling, Community Building und Content Creation/Curation sowie Produktion, Vertrieb und Content Monitoring. Neben Lukas Kircher, Managing Director, C3 Creative Code and Content GmbH, Klaus Eck, Gründer & Geschäftsführer, Eck Consulting Group, Michael Höflich, Geschäftsführer, Forum Corporate Publishing und Claudia Michalski, Geschäftsführerin, Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH werden zahlreiche weitere hochkarätige Vertreter aus Wirtschaft, Verlagswelt und Agenturen auf der Bühne stehen. Das Publikum wird sich aus Marketers, CEO's, CMO's, Agenturen, Verlagen, Experten und Querdenkern aus der ganzen Welt zusammensetzen. Die Content World ist eine Initiative von Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt. „Content Marketing wird immer wichtiger für alle Marktplayer. Obwohl Content Marketing seit einigen Jahren von einem großen Hype umgeben ist, herrscht in vielen Unternehmen noch viel Unsicherheit was das erfolgreiche Content Marketing betrifft. Mit der Content World beabsichtigen wir diese Unsicherheit zu beseitigen, indem wir die ganze Wertschöpfungskette des Content Marketing beleuchten.“ Ioana Sträter, Geschäftsführerin, Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt.

Die Content World wird unterstützt vom Börsenverein des deutschen Buchhandels, Forum Corporate Publishing, Frankfurter Buchmesse, Heinold Spiller & Partner und Holger Ehling Media. „Die Frankfurter Buchmesse setzt schon lange konsequent auf das Motto 'Grenzüberschreitung' und Dialog – auch bei der Kooperation mit Partnern aus angrenzenden Branchen. Unser Schulterschluss mit der Content World 2015 ist ein logischer und Erfolg versprechender Baustein dieser Strategie, denn wir erwarten einen regen Austausch zwischen Verlagen und Marketing“, sagt Jürgen Boos, Geschäftsführer, Frankfurter Buchmesse. Michael Höflich, Geschäftsführer vom Forum Corporate Publishing e.V., stellt fest: „Der Kern von Content Marketing ist Content – seit jeher die Domäne des FCP. Als Branchenverband haben wir den Anspruch, DIE Community für Content Marketing zu sein – und freuen uns außerordentlich, als Kooperationspartner der Content World den Markt für Content Marketing mit Themen wie Leadgenerierung, Abverkauf, Neukundengewinnung und Return on Communication noch besser abgebildet zu sehen“. Auch der Börsenverein des Deutschen Buchhandels e.V. unterstützt die Content World: „Verlage sind Experten im Veredeln von Inhalten – und genau das ist die Schnittstelle zum Corporate Publishing. Als Verband der Verleger und Buchhändler öffnen wir uns darüber hinaus für alle Akteure, die rund um das Geschäftsfeld Inhalt tätig sind. Von der Content World erwarten wir uns dabei innovative Impulse“, sagt Dorothee Werner, Leiterin Unternehmensentwicklung.

Informationen über Themenschwerpunkte, Partner der Veranstaltung sowie Teilnahmebedingungen sind verfügbar unter: <http://www.contentworld-forum.com>.



HEINOLD, SPILLER & PARTNER
UNTERNEHMENSBERATUNG GMBH

HSP-Newsletter Ausgabe 5/2015

Impressum



HEINOLD, SPILLER & PARTNER
UNTERNEHMENSBERATUNG GMBH

Heinold, Spiller & Partner Unternehmensberatung GmbH
Behringstraße 28a, 22765 Hamburg
Vertretungsberechtigte Geschäftsführer: Ehrhardt F. Heinold, Ulrich Spiller
Handelsregister: HRB 59101 Amtsgericht Hamburg, Ust-IdNr.: DE 173527460

E-Mail: newsletter@hspartner.de
Internet: <http://www.hspartner.de/>
Blog: <http://publishing-business.blogspot.com/>

Dies ist der monatliche Newsletter von Heinold, Spiller & Partner. Wir beschäftigen uns in unserem Newsletter jeweils mit aktuellen Branchenthemen.

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

Service: Sie können diesen Newsletter auch als PDF-Dokument von unserer Website herunterladen: [Newsletter-Archiv](#)